商業教育研究

第六十号

特集　全商協会創立60周年記念　第56回商業教育研究大会
全商協会創立60周年記念懸賞論文・作文

全国商業高等学校長協会

全商協会創立60周年記念　平成20年度　第56回
全国商業教育研究大会

スナップ

鈴木敏夫　理事長

文部科学省　初等中等教育局参事官付
西村修一　教科調査官

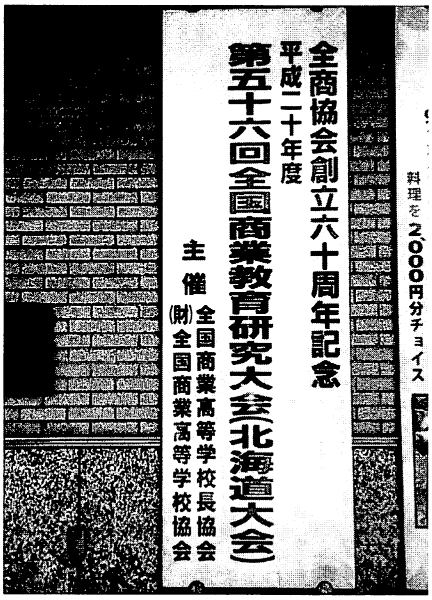
記念講演　ヒロ中田
リクルート北海道じゃらん　執行役員編集長

石垣巧　大会実行委員長

来賓の方々

本多吉則　調査・広報部長

全商役員



全体会風景

分科会での研究発表

研究協議風景

商業教育研究　第60号

目　　次

全商協会創立60周年記念　平成20年度第56回全国商業教育研究大会
平成20年８月６日㈬～８日㈮　於：ホテルライフォート札幌

大会テーマ　次世代を見据えた商業（Business）教育

研究大会スナップ …………（1）

あいさつ　理事長　鈴木敏夫 …………（6）

1．記念講演　「新・ご当地グルメが地域を変える」
（株）リクルート北海道じゃらん　執行役員編集長　ヒロ中田 …………（8）

2．全体会研究発表　「魅力ある教育課程の展開」　８月６日㈬ 10：50～16：00

指導講師　文部科学省初等中等教育局参事官付　教科調査官　西村修一

現行学習指導要領に基づく教育課程の実践と検証
―― 男女共学化・高大接続研究事業から見た新学習指導要領への対応 ――
阿部政文 …………（26）

「商業教育における生きがい教育の展開」
―― 総合ビジネス科実践コースの取り組み ――
竹村　晃・安藝昌男 …………（30）

新しい商業教育の取り組み
―― 125年目を迎えた名古屋商業における実践報告と展望 ――
中村義昭・高羽尚子 …………（34）

商業教育における知的財産教育の実践研究
―― 地域との連携による商品開発教育の取り組み ――
佐藤公敏 …………（38）

質疑応答および講評 …………（42）

3．分科会研究発表 ――――――――――　８月７日㈭ ９：30～16：00

第１分科会　流通ビジネス分野・国際経済分野について

指導講師　東京都立五日市高等学校長　小林三代次
〃　北海道帯広南商業高等学校長　板宮克芳

即戦力となる社会人育成を育てるために
―― コミュニケーション能力の育成を目指して ――
佐藤雅人・櫛引文彦 …………（48）

国際マーケティング
―― 東京都立荒川商業高等学校　模擬株式会社「レガロ工房」の取り組み ――
久保静生 …………（52）

本校における「ビジネス基礎」の取り組みについて
—— ビジネス感覚を身に付けさせる指導を目指して ——
田 中 守 ………… (56)

地域社会との連携による国際的なビジネス活動を学ぶ取組について
—— グローバル化社会の中で活躍できる人材育成をめざして ——
秋 元 宣 宏・落 合 雄一郎 ………… (60)

質疑応答・講評および研究協議報告 ………………………………………………………… (64)

第２分科会　簿記会計分野について

指導講師　横浜市立横浜商業高等学校長　大 澤 寛
〃　北海道北見商業高等学校長　眞 屋 岩 男

本校簿記教育の現状と課題
—— 簿記の上級資格取得に向けた取り組み ——
齋 藤 武・徳 永 由紀子 ………… (70)

宮崎県の簿記会計分野に対する取り組み
—— 宮崎県商業教育研究会と宮崎商業の取組を中心とした高度専門職業人の育成について ——
小 川 晴 彦・長 澤 良 彦 ………… (74)

「企業会計と税務会計の新しい融合　～高校簿記と税法学習の連携～」
尾 中 敏 郎 ………… (78)

地域社会を教材とした体験的な知的財産教育の実践
—— 使用許諾を得る体験からキャラクタービジネスへ発展させる取り組み ——
会 津 拓 也 ………… (82)

質疑応答・講評および研究協議報告 ………………………………………………………… (86)

第３分科会　経営情報分野について

指導講師　東京都立第三商業高等学校長　天 野 光 芳
〃　北海道中川商業高等学校長　逢 見 稔 嗣

課題研究で取り組む地元企業のＷｅｂ制作
—— 地域連携と高大連携で目指した総合力の育成 ——
猿見田 隆 宏 ………… (90)

電子商取引を導入した授業実践
—— 北海道から沖縄までの交流をとおして ——
甲 斐 一 成・加 藤 和 明・小 菅 爾 郎・仲 村 匡 祥
谷 内 陽 一・越前谷 弘 樹・中 村 和 人・夏 目 裕 一 ………… (94)

Web2.0を活用した小学生と高校生の協同研究
—— Ｇｏｏｇｌｅ Ｍａｐｓ ＡＰＩによるプログラミング教育の活性化と集合知的情報発信 ——
清 水 幹 夫 ………… (98)

「本校情報システム科の取り組みについて」
—— 進学に向けた教育課程編成と高度な資格取得の取り組み ——
三 浦 祐 幸・上 杉 知 也 ……… (102)

質疑応答・講評および研究協議報告 ………………………………………………………… (106)

第４分科会　課題研究・総合実践・特別活動等について

指導講師　北海道旭川商業高等学校長　津田雅彰
〃　北海道苫小牧総合経済高等学校長　新井田明

めざせ！「人間力アップ」
―― 地域と連携した課題研究の取り組み ――
玉木純一・永田知子 ………（114）

起業家教育へのアプローチ　笹田剛志 ………（118）

総合実践における学習プログラムとフィードバック
――「総合実践要項」編集と伝票会計システム作成を通して考えたこと ――
冨田雅一 ………（122）

「課題研究の学習指導法考察」
―― 本校の課題研究の実践例と評価規準と生徒商研に関する効果的な活用事例 ――
添田修・宇佐美敬 ………（126）

質疑応答・講評および研究協議報告 ………（130）

４．全体講評　文部科学省初等中等教育局参事官付　教科調査官　西村修一 ………（136）

全商協会創立60周年記念　懸賞論文・作文

懸賞論文審査経過について　審査委員会委員長　本多吉則 ………（141）

教員の部〈１等〉
21世紀の商業教育 ―― 商業教育と食育のコラボレーション ――
松山博幸 ………（142）

生徒の部〈１等〉
ブルースカイ ―― 学ぶ楽しさを感じ始めて ――　川上竜太郎 ………（156）

各種講習会一覧 ………（159）

あとがき ………（160）

あ い さ つ

理事長　**鈴木敏夫**

みなさん、おはようございます。

全国各地から400名を超える多くの先生方にご参加いただき、御礼を申し上げます。

日頃、先生方には生徒指導にご尽力をいただき、また、全商協会の諸事業にご理解、ご協力をいただき、厚く御礼申し上げます。

本日は大変ご多忙のところ、文部科学省初等中等教育局参事官付　教科調査官　西村修一様、北海道教育委員会　教育長　吉田洋一様はじめ、多数のご来賓のご臨席を賜り、厚く御礼申し上げます。

また、今大会の開催にあたり、すばらしい会場を用意され、様々な開催準備にご尽力いただきました北海道札幌東商業高校　石垣巧校長先生をはじめ、北海道大会実行委員会の先生方に心より感謝申し上げます。

まず、6月の岩手・宮城内陸地震で被災された方々にお見舞いを申し上げます。一日も早い復興をお祈りいたします。

今年の夏も、全商協会の各種の競技会が実施されました。簿記コンクールが東京の昭和女子大学で、情報処理が今年は千葉県の千葉商科大学、珠算電卓競技会が東京・荒川商業高校で、ワープロ競技会が横浜商科大学で実施されました。各競技会では生徒が各県の代表としての誇りを持ち、一生懸命に取り組む姿を見ることができました。選手生徒から大きなパワーをもらったように思えます。改めて、全国の先生方のご指導に感謝申し上げます。

本年は全商協会創立60周年でございます。本年5月、東京九段会館で全商協会60周年記念式典を挙行することができました。先生方のご協力に改めて感謝申し上げます。60周年記念誌もまもなく発行予定となっております。60周年の記念講演を前総務大臣で現在慶応大学教授の　竹中平蔵先生にお願いいたしました。大変すばらしい講演で好評でございましたので、講演記録を冊子にし、各校に既に送付しておりますのでご覧ください。

この全国商業教育研究大会は、昨年は東京の九段会館で開催いたしました。隔年で東京以外の道府県で開催をお願いしております。

昨年私は、各ブロックの研究協議会にも参加させていただきました。九州、北信越、東北と参加させていただきましたが、各ブロックの先生方の商業教育に対する厚い情熱を感じました。商業教育の指導方法、地域経済の活性化に貢献する取り組み、資格取得の取り組み、起業家精神を育む商品開発等さまざまな活動の発表がありました。

また、大きな課題として、商業高校の統廃合問題、それに伴う各校および各県での商業科教員の減少、商業科教員の情報交換の場の減少がありました。

そのような中、全商協会として、これからの各県の商業教育をリードしていく人材を育成すべく、今年の夏、指導者講習会を実施いたします。これは各県から１名を推薦していただき、東京で宿泊し、各県の情報交換やらを含めこれからの商業教育について、全商協会で１週間（５日間）中身の濃い研修をしていただくものです。今年は８月25日からの５日間です。この事業は最低でも５年間は続けたいと思っております。

さて、教育基本法が改正され、学校教育法・教員免許法・地方教育行政法の教育関連三法が改正されました。学習指導要領は高校については今年の秋に告示されると聞いております。既に中間報告がなされております。商業科目は17科目から20科目になり、新しい科目、統合される科目等がございますが、詳細は３日目に教科調査官の西村先生が全体講評でお話くださると思います。

また、教員免許法の改正で、免許更新のための講習が必要となり、各大学等では予備講習会が実施されております。全商協会の夏の簿記講習会は東京・大阪で実施しておりますが、この講習会は、教員免許更新予備講習（教科指導の事項18時間分）として指定されました。今年度の受講者の中にも、予備講習として申請された方が何名かおりました。

もう一点でございますが、検定関係では、本年度より、合格証書の試験場校への直送を実施しております。初年度ということでいくつかの不都合もございますが、順次改善してまいります。

本日からの全国商業教育研究大会のテーマは「次世代を見据えた商業（ビジネス）教育」です。全体会での発表は「魅力ある教育課程の展開」。そして、４つの分野、流通ビジネス・国際経済分野、簿記会計分野、経営情報分野、課題研究・総合実践・特別活動等の４つの分野の分科会で研究発表がございます。

今大会での発表は、現状分析し、課題を発見し、新たな挑戦をしている全国各地の指導実践の記録であり、研究協議を通じ商業教育（ビジネス教育）に携わる者に、励ましと勇気を与えてくれるように思います。

活発な研究協議を期待しております。今大会で得られた事柄を、全国各地にお持ち帰りいただき、全国の高校で商業教育（ビジネス教育）活性化にお役立ていただくことを願っております。

それでは今大会が有意義で実り多い大会になりますことを祈念いたしまして、開会のご挨拶とさせていただきます。

よろしくお願いいたします。

1．記　念　講　演

「新・ご当地グルメが地域を変える」

（株）リクルート北海道じゃらん　執行役員編集長　　　ヒ　ロ　中　田

皆さん、おはようございます。

朝早くからの講演で眠い方もいらっしゃると思いますが、1時間20分お時間をいただきましたので、おつき合いいただきたいと思います。

お手元にレジュメをご用意しております。このレジュメに即した形でお話をしていきますので、よろしくお願いいたします。

本日の演題は「新・ご当地グルメが地域を変える」です。大きく4つに分けてお話をしたいと思います。1つ目、なぜ「食」なのか。2つ目、交流人口増加の切り札、「新・ご当地グルメ」。3つ目、これまでプロデュースしてきた北海道の「新・ご当地グルメ」。4つ目、「新・ご当地グルメが地域を変える。」です。

各論の話に入る前に、結論から申し上げます。今日、私が皆様にお伝えしたいこと、それは、「連携」と「競争」の仕組みをつくりながら、新しいご当地グルメを開発し、「食」の魅力で交流人口を増やしていく。そのプロセスで人が変わり地域が変わるということをお伝えしたいと思います。キャッチフレーズは「連携と競争、そして創客へ」です。この「創客」という言葉は造語でございまして、「創客」というのは「マーケットをつくり出す。」という意味です。

人口減少時代を迎えた今、すべてのビジネスに言えることだと思いますが、「連携」しながら「競争」をし、そしてマーケットをつくり出す、そういう視点が大事なわけです。それでは、早速始めたいと思います。まず、1つ目、なぜ「食」なのかということです。ここで皆様にクイズをお出ししたい　と思いますので、ご協力をお願いしたいと思います。本日、半数の方が北海道の方、半数の方が北海道以外の方ということで、道外の方からするとちょっとぴんと来ないかもしれませんけれどもおつき合いいただければと思います。クイズです。

2025年、北海道の人口はどのぐらいになるでしょうか。2025年ですから17年後ですね、今は2008年、17年後、北海道の人口はどのぐらいになるでしょうかということですね。

①557万人。②536万人。③517万人。④494万人。⑤468万人。1つ選んで挙手をお願いいたします。

2025年北海道の人口、557万人になると思われた方、ちょっと挙手をお願いします。数名いらっしゃいますね。536万人、少ないです、はい。517万人、はい。494万人、だんだんと多くなっていますね、はい。468万人、一番多いですね、はい。ありがとうございます。

2008年の人口は557万人です。そして、2015年になりますと536万人になります。2020年に517万人になって、2025年に494万人、そして2030年に468万人ということですので、正解は④の494万人なんですね。

加速度的に北海道の人口は減っていっています。今、557万人なんですけれども、昨年は560万人だったんです。3万人減少しています。これは人口の減少数でいうと全国で1番なんです、北海道は。全国47都道府県、大半が人口が減っているんですけれども、その率ではなくて絶対数でいうと北海道がナンバーワンです。どんどん北海道の人口が減ってきているし、今後も減っていくというこの事実を前提に物事を考えなければいけないということです。

それでは、2つ目のクイズにいきたいと思います。「沖縄県を訪れる観光客は年間で589万人。では、北

海道はどのぐらいでしょうか。」と。ちなみに沖縄県の人口は大体137万人です。沖縄の人口が137万人で、北海道の人口が557万人ですね。開きでいうと、沖縄の4倍ぐらいですね。いずれも日本を代表する人気観光地です。人口137万人、沖縄県、年間で589万人です。では、北海道はどれぐらいかと。ここでいう観光客というのは、その名のとおり観光客です。出張とかそういったものは省いています。純粋に観光目的の人数ということです。北海道の観光客数、この5つから選んでください。①649万人。②849万人。③1,049万人。④1,249万人。⑤1,549万人。1つ選んで挙手をお願いいたします。

①の649万人だと思われる方、10名ぐらいですね、はい。849万人、はい。1,049万人、だんだんと多くなってきました、はい。1,249万人。1,549万人。一番多かったのは③の1,049万人でしたけれども、正解は①の649万人です、観光客数。これは最新のデータ、平成19年度です。649万人、前年に比べて10万名減りました。

実はこの649万人というのは道外からのお客さん、これは海外からも含みます。649万名のうち71万名が外国人なんですね。そして、578万人が国内だったというわけです。578プラス71の649万人なんです。それでは、前年の659万人のときはどうかというと、外国人59万名、ですから59万名から71万名と12万名増えているんです、海外は。しかしながら国内、前年は道外から600万人、本州から600万人だったのが578万人ですから22万名減っているわけですね。道外から、つまり、本州からは22万名減って、海外から12万名増えて、差し引きマイナス10万人と。

つまり何を言いたいか。日本を代表する観光地の北海道なんですけれども、観光客数は減少しているということなんです。今後の見込みです。昨日も報道がなされました。ＪＡＬ、ＡＮＡ、地方路線を減便する、廃止するということで、道内においても幾つかの空港で減便、廃止があります。当然、航空路線が減るとお客さんは減りますので、それに比例するわけです。と同時に、皆さんもご承知のように、旅行業界、今どういう動きが出ているかと。団体ツアー、旅行会社を使った団体ツアー、旗振りツアーというのが激減しております。流れは個人旅行。夫婦で、カップルで、家族で、友達で…、個人旅行というのが主流になっているんですが、この団体旅行の減少分、激減分を個人旅行では補い切れない、そういう状況になっておりますので、今後の北海道観光、残念ながら、道外からのお客さんは減っていくという前提で考えていかなくちゃいけないということですね。

何を言いたいか。人口が減ってきている、そしてお客さんも減ってきているというそういう事実、これを凝視しなければいけないということです。

人口が減っていていく、イクオール、定住人口が減っている、ということです。各地域においては、何とか定住人口を増やそうと、移住促進をしていますけれども、残念ながらなかなかこの移住促進策、効果が出ないということなんですね。ですので、定住人口が減ってきているという中で、何をしなければいけないか。結論は1つです。交流人口を増やしていかなければいけないのです。

それでは、どのような形で交流人口を増やしていくのか？その有効な手立てとして観光振興があります。

観光という言葉には誤解があります。観光業というと、ホテル、旅館、お土産物屋の産業だと、しかしながら、本当にそうでしょうか。ガソリンスタンドも観光業です。コンビニエンスストアも観光業です。スーパーも観光業です。誤解を恐れずに言えば、消費者に対してモノやサービスを売っている業態はほとんど観光業と言ってもいいでしょう。

これは地方に行けば行くほど、ローカルに行けば行くほど如実に実感します。どんどん商店がつぶれている。これまでは町民相手に商売が成り立っていたけれども、町民の人口が減ってきている。商売にならない。人口の減少と比例して商店もつぶれていっている。つまり、町民相手だけだと商売にならないわけです。

となると、町民以外の方にもモノやサービスを買っていただくことをしないと、売り上げは上がらない、売り上げを維持できない、そういうことです。ですので、観光振興というのは、実は裾野の広い総

合交流産業であるということを地域自体が認識することが大切です。

それでは、具体的に何をするのか、何が大事なのか。2つあります。まず1つ目は、その地域に対する満足度を上げてリピーターを増やすということです。絶対数が減ってきているわけですから、まずは満足度を上げてファンを増やす、あるいは回数を増やす。これまで年に1回しか来てくれなかったお客さんを、年に2回にしましょうと。2年に1回しか来られなかった方を1年に1回にしましょうということで、限られたマーケットしかないわけですから、その中で自分たちの町が地域が生き残っていくためには、いかに自分たちの地域、町、この満足度を高めてリピーター、ファンを増やすか、それに尽きるわけです。

もう1つは、町外者が買いたくなるような魅力的な商品をつくって、地域内の消費を促進するということです。我が町を通過してそのまま隣町に行くのではなくて、我が町で商品を買っていただく。我が町で消費行動を起こしていただく、お金を落としていただくということが大切になるわけですね。

さて、ここでまたクイズを出したいと思います。「北海道で一番満足度の高い観光地はどこ」でしょうか。5つから選んでください。富良野、利尻島、札幌、函館、小樽、いずれも人気の観光地です。この中で一番満足度の高い地域はどこでしょうか。1つ選んで挙手をお願いいたします。

富良野だと思われる方、はい。利尻島だと思われる方、はい。札幌、多いですね、はい。函館、これも多い、はい。小樽、結構割れました。

富良野の満足度58.9%です。北海道は180の市町村がありますけれども、余りにも多いので100の地域に分けて経年比較ができるように毎年調査をしております。そのデータ、富良野は58.9%で100の地域の中で6番目です、第6位と。利尻島、65.3%、第2位です。札幌、38.6%、26位。函館、68.5%で第1位。小樽、50.4%で第10位。函館は8年連続ナンバーワンです。最新のデータでいうと68.5%です。

反対に、最下位、つまり100位の町、名前は申し上げられませんが10.6%。今日その地域の先生も来ておられます。後でこっそりお教えします。ナンバーワンは68.5%です、最下位は10.6%。これだけの差があるのです。マーケットは有限です。そのマーケットを奪い合うわけですから、満足度の高い町は将来性はあるが、低い町はないと言って良いでしょう。確実に地域競争が始まります。

さて、地域の満足度を上げることが大切だと申し上げました。その観点では8つの観光コンテンツに注目しましょう。

一のつく漢字を列記しています。「一泉」・「一食」・「一物」・「一景」・「一体験」・「一催」・「一駅」・「一花」。一つずつ説明しましょう。「一泉」というのは温泉のことを言っていますね。「一食」はグルメのことです。「一物」というのは、これはお土産物のことを言っていますので、買い物というふうにご理解ください。「一景」の景、景色ですから、自然・景色。体験というのは体験メニューですから、カヌーとかホーストレッキングとか、そば打ち体験とか、ガラス工芸体験とか、アウトドアとインドアの体験のことを言っています。「一催」の催、これは催し物のことで、つまり、祭り・イベントですね。一駅、これはＪＲの駅ではなくて「道の駅」のことを言っています。北海道はドライブ観光が主流の大地でありますので、ものすごい数の「道の駅」があります。今、104の「道の駅」があります。「道の駅」天国、北海道です。最後の「花」、これはラベンダーや北竜のヒマワリなど、いろいろな花ですね。北海道においてはこの8つの観光コンテンツが大切です。今日は時間がありませんからやりませんが、僕はそれぞれの地域に行ったときに、必ずその地域の方々にこの8つのコンテンツに関して自己採点、自己評価をしていただきます。温泉から花まで、そして全体（総合）です。この1、2、3、4、5、6、7、8、そして総合と。左側に現在力、右側に将来力。まず現在の評価、そしてこれから何らかのアクションを起こせば、5年後、10年後、この力が変わる場合もありますので、将来の力ということで、わかりやすく4段階評価していただくんですね。

温泉について我が町は二重丸なのか、丸なのか、三角なのか、バツなのか、自己採点しましょうと、それをそれぞれやっていただくわけです。温泉力、グルメ力、買い物力、自然・景色力、全部ですね。

それを左側で現在力。右側は将来力ですから、これは意志が入るわけなんですね。これから我が町は、自分はこういうアクションを起こすから、今は三角だけれども丸にできるぞと。今はバツかもしれないけれども、数年後三角にするぞみたいな、これ意思ですよね。将来は自分たちがつくるわけですから意志が入るわけです。現在力というのは今のままの評価。将来力というのは自分の意志、ストロングウィルが入った評価、こうしたいというそれは将来力です。それを採点していただくわけです。

この作業をしていただく中で気づくことがあります。それは、何か。現在の評価は評価でいいんですけれども、将来力をつけるときに、これ本当にバツから三角にできるんだろうか。三角から丸にできるんだろうか。丸から二重丸にできるんだろうかというふうに思ってしまうわけです、採点者はですね。何を言いたいか。何とかしよう、頑張ろうと思ってもなかなか実現できないコンテンツと、頑張れば、やる気になれば何とかなるコンテンツに分かれるわけです。

わかりやすい例で言いましょう。根室という町があります。根室市には温泉はありません。ある人はこう考えます。根室市は温泉力がバツなので、やっぱり温泉がないと観光振興できないと。何とか温泉をつくろうとするわけです。でも簡単ではありません。温泉を掘ってボーリングをして鉱脈を当てて土地を買収して上物をつくってというようなことをやると、当然のごとく億単位のお金がかかりますね。じゃ、億の投資をしてそれを回収できるかと。なかなか回収できないわけですよ。たとえば、北海道の公共温泉、結構経営が厳しくて、どんどんつぶれています。赤字の垂れ流しだから、民間でも買い手がない。それぐらい温泉の経営は難しいわけです。

ですから、温泉のようにものすごくコストがかかる、お金がかかるというものに対して、あまりお金がかからないものもある。それが「食」です。かかるのは食材原価くらいです。北海道の場合は食材が豊富ですから、そういった素材をうまく活用して、利用して、商品に仕立てることができます。失敗したらまたやり直せる。あまりリスクがないのです。

レジュメに書いてありますように、「食」は最大のリピートコンテンツ、やる気になれば短期間、低コストで開発できると。まさにそうだと思うんです。僕は例えでよく言います。晴れた摩周湖は死ぬまで１回見ればいいと。すばらしい利尻富士は死ぬまで３回見ればいいと。

つまり何を言いたいか。自然・景色、北海道は確かに自然・景色すばらしい。しかし、リピート性が高いかと、そうじゃないわけです。景色というのはリピート性は低いわけです。昔、僕は富士山に登ったことがあります、十数年前に。大変な思いをして頂上までたどり着きました。じゃ、また富士山に登ろうとするか。生涯ありませんよ。

それに対して「食」。数カ月前に宮崎県に行きました。北海道の人、宮崎県がどんな県か余りご存じじゃない人も多いかもしれません。そこでものすごくおいしいものに出会いました。宮崎県にフェニックスというリゾートがあります。そこにフェニックスゴルフクラブという非常に有名なゴルフ場があるんですけれども、そこでプレーをしてハーフが終わって食事をすることになりました。さて、何を食べようか。キャディーさんに聞いたら牛丼がいいと言うわけですよ、牛丼が。え、牛丼ですか。実は、あのタイガーウッズが２杯も食べたと言うのです。タイガーウッズが２杯も平らげた。何ですか、その牛丼は。1,995円するわけですよ。その牛丼は宮崎牛というブランド牛肉を使っている。だまされたと思って食べました。ものすごくおいしかったわけですよ。これまでの人生の中で一番おいしい牛丼だったんですよ。

僕が何を思ったか。この牛丼を食べに、また宮崎に行こうとなるわけですよ。フェニックスでゴルフをすることが目的ではなくて、この1,995円、タイガーウッズが２杯も食べた、この宮崎牛丼を食べに行きたいと心底思っています。それぐらい「食」というのはリピート性が高いものなのです。

今、日本ではどんどん高齢化時代を迎えています。私も48歳です。年をとればとるほどいろいろな経験をする、旅行もする。最終的に旅行の楽しみは、「食」に行き着くと思います。実際そうです。年をとればとるほど、最終的には衣食住の「食」なんです。旅行の楽しみのナンバーワンは「食」なんです。

これはデータでもちゃんと出ています。旅行の一番の目的は「食」なのです。

それぐらい「食」は最大のリピートコンテンツですから、話は戻りますけれども、8つのコンテンツの中で、やる気になれば低コストで短期間で開発できるものですと、それで失敗すればやり直せばいいと。温泉経営失敗したらやり直せません、ということなんです。ということで、「食」の話をさせていただきました。

では、2番目に行きましょう。交流人口増加の切り札、「新・ご当地グルメ」です。ここでまたクイズをお出しします。北海道の食料自給率、カロリーベースはどのぐらいでしょうか。①39%。②65%。③72%。④99%。⑤195%。北海道の食料自給率、1つ選んで挙手をお願いいたします。

39%だと思われる方、はい。65%だと思われる方、はい。72%だと思われる方、増えました、はい。99%だと思われる方、少なくなりましたね、はい。195%だと思われる方。はい、ありがとうございます。

日本の食料自給率、ご存じのように40%を切って今39%ですね。日本全体の食料自給率は39%です。じゃ、諸外国を見てみますと、例えばオーストラリアの食料自給率は何と237%。カナダ、145%。フランス、122%。アメリカは128%。いずれも食料自給率100%を超えています。例えば島国のイギリスでも70%あります。日本の食料自給率がいかに低いかおわかりいただけたでしょう。

それでは、都道府県で見てみましょう。東京。東京の食料自給率、何%かご存じですか。東京都もちゃんと農業やっていますから、漁業も。東京都の食料自給率1%です。ですから、もし東京都が閉鎖されたら、封鎖されたら、100人中99人は死んでしまうというそういう話ですよね、そこで食料が入らなかったら。東京1%、大阪2%、神奈川3%です。僕のふるさと広島、23%。100%を超えているのは47都道府県で5つあります。ナンバーワンは北海道、195%。2番目、秋田県、174%。3番目、山形県、132%。4番目、青森、118%。5番目、岩手、105%。北海道と一部東北が100%を超えています。

195%、これ最新のデータなんですけれども、その前年は201%でした。大体200%前後ですね。いかに北海道が食材王国かということがおわかりいただけると思います。

さて、「ご当地グルメ」の話をしましょう。「ご当地グルメ」って何なのという、そこからちょっと話を。つまり、なぜ「新・ご当地グルメ」なのかということを説明したいと思います。マスコミがよく使う「ご当地グルメ」の定義って何？実はだれも定義はしていないんです。だれも定義はしていないんですけれども、例えば、フリー百科事典のウィキペディアでは、「ご当地グルメ」のことを次のように書いています。「ご当地グルメ」は、「地域の産品を用いたりして地域の特色を出したその地域特有の名物料理や、地域性とは関連なく特定の地域のみで浸透している料理などを意味して使用される概念、及びその料理である。」と書いています。

2つのことを言っているんですよ。つまり、地元の素材を使っているご当地グルメと、地域の産物は使っていないけれども、長い年月を重ねて定着したご当地グルメの2種類があると。「この説明」、ぼく、まさにその通りだと思います。

北海道の例でわかりやすく言うと、後者の例、地元の食材を使っていないのに「ご当地グルメ」と言われているものの象徴、それは「室蘭やきとり」です。「室蘭やきとり」、道外の方はご存じないかもしれません。「室蘭やきとり」というのがあるんです。この「室蘭やきとり」には3つの特徴があります。「室蘭やきとり」と言うのですが、鳥肉じゃないんです、豚肉なんです、豚肉。そして、本州では大体長ネギを使いますけれども、なぜかタマネギなんですね。3つ目の特徴は、洋がらしを使っていること。豚肉、タマネギ、洋がらし、これが「室蘭やきとり」なんです。

これ、いつぐらいから始まったかというと戦後です。当時は鳥肉より豚肉のほうが安かったそうです。この3つの食材ですが、地元のものを使っているかと言うと、使っていない。でも、「室蘭やきとり」は長い年月をかけて名物グルメとして定着したというわけです。

ですから、「ご当地グルメ」として取り上げられるものは必ずしもご当地の素材（食材）を使ってい

るわけではない。僕は、地産地消を担当していきたいので、地域の素材を使うことを前提に新・ご当地グルメを定義５つにまとめたわけです。

１つ目の定義としては、その地域の特産物、素材を有効利用した料理であるということですね。つまり先ほどの２つのことでいうと前者のほう、これをマストの条件にするということですね。「新・ご当地グルメ」の定義の１カ条目というのは、その地域の特産物を有効利用した料理であること。

２つ目、その新しいご当地グルメのコンセプトがはっきりと定められ、守るべき定義・ルールが明文化されていること。これ何を言いたいか。「札幌ラーメン」のコンセプトを説明できる人はたぶん誰もいないでしょう。昔は何となくあったんですよ、何となく。最初メディアが取り上げたころは。太い縮れ麺んだとか、みそ味だとか。しかし、今はもういない。「札幌ラーメン」は無国籍化しています。でも、メディアはご当地ラーメンとして「札幌ラーメン」を取り上げているわけです。コンセプトがはっきりしない。定義・ルールもない。そういうあいまいなことは嫌なので、定義の２番目として、その「ご当地グルメ」、新しいご当地グルメのコンセプトがはっきり定められ、守るべき定義・ルールが明文化されているということにしました。

３つ目、基本的に通年で提供できるということ。つまり、１月に行っても、３月に行っても、８月に行っても、11月に行っても食べられるということを、「新・ご当地グルメ」と定義しました。

じゃ、そう言うとこういう疑問がわくでしょう。その時期じゃないと食べられないものは「ご当地グルメ」と言ってはいけないのか。例えば、10月の中旬から11月の上旬にかけてしか食べられないものの北海道の食の１つに、「シシャモずし」があります。シシャモのすしですね。シシャモというのは足が早い魚ですから、シシャモのすしはなかなか食べられない、冷凍もきかない。「シシャモずし」を食べようと思うと、例えば札幌から近いところでは鵡川という町があります。10月の中旬ぐらいから11月の上旬には鵡川に行くと「シシャモずし」は食べることができる。こういったものは「ご当地グルメ」と言わないのか。

僕は別の言葉で表現しています。その時期、その地域に行かないと食べられないものを、「旬感グルメ」と呼んでいます。旬感というは旬な味の旬ですね、感、感じる。旬を感じるグルメということで、新・ご当地グルメとは一応別枠にしているわけです。

４つ目。この「新・ご当地グルメ」を提供するお店が複数店舗あること。よくあるのは、「ご当地グルメ」と言いながら１店舗しかやっていない。これ「ご当地グルメ」とは言わないんです。これ「ご当店グルメ」と言うんです。ご当地というのは地域を挙げたものですから、一店舗じゃおかしいわけです。「ナカタ食堂」でしか食べられないのに、「ご当地グルメ」と名乗っているところあるわけです。それは日本語の使い方間違えています。

最後の５つ目、この「新・ご当地グルメ」を普及・定着させる推進組織があること。結局、コンセプトを決め、定義・ルール、これ守らなくちゃいけないので、守る仕組みをつくらないと、すぐそれは風化してしまうわけです。きちんとこの決められたコンセプト、ルール・定義を守る、そして守らせる、そういう組織がないといけないんです。以上、この５つを新・ご当地グルメの定義５カ条というふうに呼んでおります。

「ご当地グルメ」は地球を救うということにも、ちょっと触れたいと思います。実はこの「地産地消」、言ってみればこの「新・ご当地グルメ」の開発というのは「地産地消」の推進なわけです。地元の産物を利活用したものを、商品をつくって地元で消費しましょうと、これ「新・ご当地グルメ」、地産地消の推進なんです。実は、この地産地消の推進というのは、余り気づいていないかもしれませんけれども、環境に配慮をする行動につながるということです。

「フードマイレージ」という言葉が最近よく取り上げられています。「フードマイレージ」というのは、食料の輸送距離のことですね。食料の輸送距離のこと、どういう計数かというと、いわゆる食料を持ってくると、重量掛ける距離のことを言っているんですよ、この「フードマイレージ」。「フードマイ

レージ」が少なければ少ないほどＣＯ２は排出しないわけです。これは大きければ大きいほどＣＯ２を排出するということですね。食料自給率39％の輸入大国日本というのは、ものすごいＣＯ２を排出しているんです。世界でナンバーワンとも言われています。フードマイレージの大きさナンバーワン。それぐらい大量の食料を遠いところから持ってきているので、結果的にはＣＯ２をまき散らしているのです。でも地産地消というのは、地元でしか輸送しないわけですからＣＯ２排出は少ないわけです。結果的に地産地消を推進していくと、環境に配慮することにもつながるわけです。

レジュメの６番目に、「ご当地グルメ」づくりが失敗する理由というふうに書いてありますね。これから僕がお話をする、後で実例ＤＶＤを見ていただきますけれども、僕のこれまでの話を聞いて、ああそうか、「新・ご当地グルメ」をつくるのはそういう考え方でやればいいんだと思われる方もいらっしゃるでしょうが、これがなかなかうまくいかないんです。これまでも全国各地でこういう試みは、ごまんとやっています。しかし、そのほとんどは失敗しているんです。なぜでしょう。失敗する理由がいろいろとあるんです。

例えば、これグルメ商品を開発するわけですね。そのグルメ商品を開発するんですけれども、その開発のポイントが消費者志向ではなくて、自分たちのエゴだったりするわけですよ。この素材を売りたい、これを作りたいと。最終的には消費者に買っていただくわけですから、商品開発のポイントは、「マーケットイン・プロダクトアウト」でしかるべきなのに、そうじゃない。また、よくあるのがイベントで終わっているケース。行政が絡むと大体こうなりますね。やるじゃないですか、いろいろなことを。料理教室、コンテスト、立派なレシピをつくって、はい、納品。じゃ、そのせっかくの地元の食材を使ったメニューがその地域で食べられるか。１店舗もやっていない、形だけ、イベントだけ。

僕、12年間この仕事をしています、北海道で。それをものすごい数体験して、だからこそ今動き始めたわけです。バカらしいと、税金の無駄だと、労力の無駄だと。それはたくさんあるわけです。もちろんコンセプトがはっきりしないとか、守るべき定義・ルールもないとか、リーダーがいないとか。よくローカルに行くとよくあるのは、複雑な人間関係ですね。足を引っ張ると。ある人がやろうと思ったら足を引っ張る、そういうのもあるわけです。ローカルに行けば行くほど複雑な人間関係とかあるわけです。

そういったいろいろな、今うまくいっていない、それを解決させるという仕組みでやっているのが、今、僕が提唱している「新・ご当地グルメ」のつくり方なんです。時間がありませんので、「新・ご当地グルメ」のつくり方、ＤＶＤで後で上映しますので、そこで出てきますので、それをごらんいただければというふうに思います。

右の欄に行ってください。右の３番目ですね。これまでプロデュースしてきた北海道の「新・ご当地グルメ」ということで、１番から15番まで書いています。初めて手がけたのが「美瑛カレーうどん」、これは３年前、2005年の７月２日。１番から順にこれ時系列で並べております。昨年まで８つ手がけまして、今年７つもう既に世の中に出しております。

ここでＤＶＤをちょっと上映しますので、去年まで手がけました１番から８番、これを簡単なＶＴＲにまとめましたので、これから上映しますので、映像のほうをまずは見てください。

（ＤＶＤ上映）

○ナレーション　食の王国北海道、農林水産省のデータによれば、北海道はカロリーベースで食料自給率200％を超えるまさに食材王国。豊富な農産物、水産物の恩恵にあずかる北海道が、本当の料理王国と呼ばれる日も遠くはない。地域活性と観光振興、成功のかぎは新たな食の開発プロジェクトにあり。

続々誕生、北海道の「新・ご当地グルメ」。

「新・ご当地グルメ」は、その地域の素材を有効利用した料理である。戦略とも言える明確なコンセプトに基づき、おきてとして明文化された定義やルールを持っている。この５カ条は基本中の基本。

2005年の夏から北海道の各地域に続々誕生している「新・ご当地グルメ」。その第1号が「美瑛カレーうどん」。

牧歌的な風景が広がる「丘のまちびえい」。寒暖の差が激しい内陸気候と畑作に適したこの広い土地は、野菜を初めとした農作物の宝庫。主要作物の1つである小麦を材料に、地域活性、観光振興できないか。行き着いたのがうどんでした。「食」をテーマにした新しい名物を地元主導でつくる。2005年3月、「美瑛カレーうどん研究会」が発足。道内のマスコミもこの話題を取り上げた。会長の西森さん、美瑛は全国に知られる観光地だけに、新しくカレーうどんを加えれば経済効果も期待できる。試食会が重ねられた。素材には自信がある。

○インタビュアー　ああ、これが、これ麦畑なんですか。

○西森　そうです。

○インタビュアー　これ、どんな小麦なんですか。

○西森　これは秋まき小麦で「ほくしん」といいます。

○インタビュアー　いつ、刈り取りなんですか。

○西森　7月の下旬ですね。

○インタビュアー　それが「美瑛のカレーうどん」の小麦ということ。

○西森　秋まきというのは、製めん、うどんとかにすごく合っているんですよ。

○インタビュアー　ああ、めん用に。

○西森　めん用に。春まきの「春よ恋」というのはパンのほうに向いているんです。

○インタビュアー　ああ、全然違うんだ。

○――　「香麦」という粉をつくるために、この「ほくしん」とそれから春まき小麦の「春よ恋」をブレンドするんですね。

○インタビュアー　春まきタイプ。

○――　そうです、そうです。それをブレンドして粉をつくったのが「香麦」という名前の粉なんです。

○ナレーション　地元で収穫した小麦をうどんのめんに加工するには、熟練の協力が必要でした。

○インタビュアー　この粉を使って、美瑛でただ1軒の製めん工場の細谷さんのところが。

○細谷　おかげさんで、もう50年ほど皆さんにお世話になって商売をさせていただいております。この粉、「香麦」というのは、まだ私初めて使った商品でございまして、これにはやっぱりうどんというのはちょっと難しいところがありまして、食堂さんあたりの要望をどういうふうにしてこたえるかということで、いろいろと努力して皆さんに食べていただております。

○インタビュアー　そこでできたうどんがこれなんでしょう。

○細谷　そうです。

○インタビュアー　何か、ちょっと見るとやはり普通のうどんより色がついていますよね。

○細谷　ええ。

○ナレーション　ひいた小麦にもみ殻が絶妙に含まれ、ほのかに小麦の香りを放つ。その名のごとく「香麦」です。

連携しながら競争もする「新・ご当地グルメ」。評判のお店は努力を惜しまず、ルールを遵守しなくては「美瑛カレーうどん」と名乗れません。使ううどんは美瑛ブランド、「香麦めん」。素材を素揚げするのはこちらのこだわり。具に使う肉も原則は地元産を使用。ルーかスープかは各店の自由ですが、つけめんスタイルは守るべき各店共通のルール。

これが最もスタンダードと言われる「美瑛カレーうどん」です。

○インタビュアー　あ、麦の香りする。へえ、ちょっと食べてみよう。これ食べ過ぎなのかな。ちょこっとでいいのね。もちもちする。

○A　なかなか腰があって。

○インタビュアー　うん。それで何か麦のこう甘みみたいなのがちょっと感じしますよね。
○A　そうですね。
○インタビュアー　カレーもね、これすごくカラフルですよね、具がたくさんあって。これも美瑛の具なんですかね。
○A　そうですね。
○インタビュアー　へえ、結構ちゃんとめんにカレーがくるんでくるというか、きちんと絡んでおいしいな。ルーのとろみも問題になるんですね、うまく絡んでくるように。
○A　そうです。最初はスープカレータイプで試してみたりとかしてみたんですけれども……
○インタビュアー　ただ、めんに絡まない。
○A　飛び散るんですよ、スープーカレー。
○インタビュアー　ああ、そうか。
○ナレーション　その季節で具材も変わりますが、香麦パンをつけるのも大切なルール。パンとカレーでも美瑛を思い出してほしいという演出の「美瑛カレーうどん」。
○B　麦がこうずっと広がる畑がありますね。その畑を見ていただいて、そして帰りにこの「香麦」でできたうどんを食べていただいて、丸ごとこの美瑛を感じ取っていただく。そしてまたリピーターとしてもう一度来てみたいなというような町になっていけばいいかなと思っています。
○ナレーション　「富良野オムカレー」。
北海道を代表する観光スポット、富良野。一世を風靡した国民的ドラマ「北の国から」の舞台となったこの町は、道内外から毎年多くの観光客が訪れる。そんな富良野はまさにこれぞ北海道、ジャガイモ、ニンジン、タマネギなど畑作や酪農も盛ん。
カレーで町おこしを図ってきた富良野の経験が実を結んだ。一見昔ながらの定食屋に見えるこの食堂も、今や重要な町のグルメスポットになっている。なぜなら、この「富良野オムカレー」が大ヒットしたから。
この新たな「食」の地域ブランドの発表会で、富良野市長立ち会いのもと、行政、民間、関係者およそ60名が見守る中、調印式を行った。このプロジェクトを成功に導く立役者、「富良野オムカレー」の熱血キーマン、松野さん。ふだんは地元農家の支援を担当する富良野市職員でもある。
○松野　実はこの「富良野オムカレー」、6カ条のルールがあるんですよ。
○ナレーション　その6つの守るべきルール。まずは、お米は地元の富良野産を工夫して使う。卵も富良野産を使い、オムカレーの中央にそのあかしの旗を立てる。富良野産のチーズまたはバター、ワインを使う。野菜や肉、そしてやはりカレーなだけに福神漬も富良野産にこだわる。さらに、富良野産にこだわった何か一品と、酪農も盛んということで富良野牛乳がついて、値段は1,000円以内。提供する側もそれなりの覚悟と努力が必要。新・ご当地グルメ「富良野オムカレー」。
○インタビュアー　いただきます。卵の部分がすごくふわっというか、ふふっというか、すごい食感ですね。
○松野　一番の強調したいところがありまして、それがこのやはり卵なんですよ。国産の鶏を使った「さくらたまご」ということで、一つのブランド卵としてもう今有名なんですよ。
○インタビュアー　へえ。
○ナレーション　オムカレーに欠かせない卵も重要な素材なのだ。
○インタビュアー　どうも、おじゃまします。ちょっと見せて……ああ。
○松野　これがそうなんです、「さくらたまご」なんですよ。
○B　この白いほう。
○インタビュアー　白いほう。よそとの大きな違いというのは、ここはもう……
○B　もうひよこから育てて、もうずっと……

○インタビュアー　ひよこから、卵取るまで一貫して面倒みて。

○B　はい。僕が1人でやっているからストレスがないのかなと思う。

○インタビュアー　なるほどね。

○ナレーション　戦略を持って開発された「新・ご当地グルメ」がヒットすれば、連鎖的に地域の産業が活性化する。支え合いながら発展する状況が生まれ、「食」の地域ブランドは定着していく。

○インタビュアー　これ何か特徴、こういうふうにつけているんですか。

○C　余り焼き過ぎない、ええ、とろっとした感じのほうが何かカレーと合うかなみたいな感じで。

○インタビュアー　カレーは結構スパイシーですけど、甘みがあって。

○C　ええ、その甘みはタマネギ、野菜を多く使っているのと、あとちょっと富良野のワイン入れているんですよ。懐かしい味と言えば懐かしい味なんでしょうね。

○ナレーション　創意工夫、地域の象徴が凝縮された「富良野オムカレー」なのです。

「深川そばめし」。

「ほしのゆめ」「ななつぼし」など、品質と食味にすぐれた優良米の産地、深川市。米の収穫量は全道でも上位を占める。収穫量全国2位を誇るソバもまた、深川自慢の特産品。そして、2006年9月、市役所や地元商工会、飲食店有志の働きかけも手伝って、この地に生まれた「新・ご当地グルメ」が「深川そばめし」。

定義は、深川産のお米と深川産のソバを使ったおにぎりで、おにぎりには油で揚げたソバの実が入っていて、味つけにそばつゆを使用するというもの。商品価値を高めるために、「深川そばめし」2個に、ハーフそばや地元食材の副食をつけるなどして「深川そばめし」定食を完成。価格も1,000円以内とした。

「ご当地グルメ」を「名物グルメ」にするための鉄則は、地元の素材を使った新しい「食」のジャンルを確立してナンバーワンになること。生産量全国2位のソバ、道内有数の良質で食味における評価の高い深川産の米を使った新しいメニュー。12軒のお店が参加し始まった「深川そばめし」に地域振興の期待が高まっている。

「オホーツク北見塩やきそば」。

オホーツク圏の経済の中心地として機能してきた北見市。2006年3月の市町村合併で、ホタテの産地常呂、温泉と林業の町留辺蘂などと一緒になり、その面積も北海道最大となった。全国ブランドのホタテと生産量全国一のタマネギ、それら地元の食材にこだわった「新・ご当地グルメ」が2007年4月に誕生した「オホーツク北見塩やきそば」だったのです。

○インタビュアー　何で、北見で焼きそばなんでしょうね。調べてきましょう。

○D　実は北見に来て、これを食べたいというのがなかなか思い浮かばなかった町なんですよ。それで民間の方が中心になって、北見のおいしい食材をたくさん使った塩やきそばを「ご当地グルメ」にしようということで、やっと動き出したんですよ。

○ナレーション　創業から100年以上の地元しにせホテルの料理長が、商品開発に積極的に加わった。地元食材にこだわる北見ならではのオリジナル焼きそば、地域ブランド誕生の中心人物がこの人、梶井敏幸さん。そのすべてに北見を感じさせる「オホーツク北見塩やきそば」だ。

○インタビュアー　ああ、来ましたね。ジュージュー、すごい、いい香りと音がしていますけど。

○梶井　ええ、来ますよ、「魔法の水」ですよ。

○インタビュアー　うわあ、すごい。湯気が上がっていますよ。そこに何かこうにおいがどんどん立ち込めてくる。香ばしいいいにおいですね。

○梶井　はい、どうぞ。

○インタビュアー　早速いただきます。あ、すごい。あっさり塩味なんですけれども、魚介のエキスがすごくめんに絡んでいますね。

○梶井　はい、そうですね。めんをまず小麦粉ですね、これは地元の小麦粉を使った「縮れめん」を開発しました。それは一つは地元にこだわるということで、常呂産の新鮮なホタテと北見産のタマネギが入っています。

○ナレーション　豚肉ではなく、オホーツク産のホタテを使い、もちろん生産量全国一の北見産のタマネギを使用します。

○梶井　味に関しては、逆転の発想で、ソースでなくて塩味にしています。

○ナレーション　オホーツクの塩に着目、画期的な味に仕上げたかったのです。加えて強烈なインパクトを与える鉄板の盛りつけ。商品の印象づけには個性が重要。地元林業も応援、道産木材を使った割りばしの使用もルールに入れた。さらに、各店のこだわりスープが加わるという演出、その極めつけがこれ。

○梶井　「魔法の水」をかけて、シズル感を出すということが条件となっております。

○ナレーション　「魔法の水」とは、常呂産天然ホタテエキスが溶け込んだブイヨン。熱い鉄板にかけることで目と耳で焼きそばを楽しめる。

○梶井　たれに関しては、ここが一番大変なことだったんですけど、食品加工センターの研究員とともにこのたれを完成するのに随分時間がかかりました。

○ナレーション　地域の連携効果、推進協議会のネットワーク、開発者も仲間だ。

○E　実は、これが「オホーツク北見塩やきそば」に使う塩だれの材料なんです。

○ナレーション　塩だれのベースとなる原材料はいたってシンプル。タマネギをすりおろしたものとホタテを加工するときに出る煮汁。この煮汁こそが、今回の塩焼きそばのおいしさとなるのだ。

○インタビュアー　うん。すごく香りはホタテそのもの、結構凝縮された香りがしますよ。ああ、塩からい。

○E　ホタテの干し貝柱、これをつくる過程で非常に濃い濃度の食塩水が出るんですよ。塩分が非常に濃いものですから、なかなか加工食品などとして再利用されることは少なかったんですけれども、塩だれですから塩分がたくさんあってもいいですよね、ですからこれを使うことにしたんです。

○インタビュアー　結構これ、味が調うまでに時間がかかったんじゃないですか。

○E　一般の料理店の方たちなどが、極めて簡単に本格的な味つけをできるようにということで、塩分や糖度だとか、そういったものの微調整などをするのがなかなか大変でした。

○ナレーション　「オホーツク北見塩やきそば」を提供したいと最初に名乗りを上げた店舗は、21軒。「連携」と「競争」から生まれる本格的な「食」の地域ブランド開発の成功事例と言える「オホーツク北見塩やきそば」。

「日本海えびタコ餃子」。

羽幌、苫前、初山別、日本海側に隣り合わせる3つの町で誕生した「新・ご当地グルメ」が地域の新たな活性化を担う。この一帯で豊富にとれる海の幸がアマエビ、そしてミズダコ。この2つの素材を組み合わせ、試行錯誤の結果誕生した「日本海えびタコ餃子」。「日本海えびタコ街道」を通る観光客やビジネス客をねらって味を提供。

○F　羽幌、苫前、初山別と、この3地区の料理人たちが力を合わせて今回のえびタコ餃子なるものを完成させましたので、大変おいしいと思いますので、ぜひ一度は召し上がってみてください。

○ナレーション　タコの食感とエビの甘さを存分にご堪能ください。

○インタビュアー　おお、熱々でいい感じですね。中もプルプルっていう感じしていますよ。タコのうまみとエビのうまみですね。これかめばかむほどすごくおいしさが出てきますね。餃子の皮が何か唇に当たったとき、プルって感じなんですよ。

○ナレーション　エビとタコは当然前浜産、餃子の皮も地産地消、北海道米を使ったどんぶりもついています。固形燃料を使ったなべで温めて提供するのが日本海えびタコスープ餃子。その地域が表現さ

れたどんぶりは、季節も感じることができる。
初山別村の道の駅の「日本海えびタコ餃子」がこれ。レシピは各店、技の見せどころ。初山別のフグ天丼で地元の産物をＰＲ。それぞれのアイデアを比較して楽しむもよし。
続いて、苫前の「日本海えびタコ餃子」。こちらも守るべきルールに従い地元をアピール、前浜でとれるホタテやタコを使ったどんぶりで地域の魅力を主張。食の地域ブランド「日本海えびタコ餃子」。
「白老バーガー＆ベーグル」。
アイヌ文化継承の地である白老。観光客誘致にも力を入れてきた。食に注目した町の魅力といえば、何といっても黒毛和種の高級ブランド「白老牛」。その品質は「松坂牛」、「近江牛」に匹敵するとさえ言われている。
○Ｇ　白老って、すごく食材王国と言われるくらい食材が豊富なんですけれども、何かもっとお客さんにわかりやすい形でＰＲできるものはないかなというふうに考えまして、そこでできたのが白老Ｂ＆Ｂということなんですね。
○ナレーション　期待のもと誕生した「白老バーガー＆ベーグル」。現状の基本ルールはこの３つ。今後は新しいメニュー開発にチャレンジしていく予定。登別温泉の宿泊客をメインターゲットに、札幌へ帰る途中、白老に寄って買って食べてもらおうというのがもともとのコンセプト。参加店10店でスタートした白老Ｂ＆Ｂこと「白老バーガー＆ベーグル」。予想以上の反響で驚いているが、さらなる品質アップに力を入れていく。ご期待ください。
○Ｇ　飲食店の皆さんにもどんどん工夫をしてもらって、いわゆる「食」のにぎわいを出していきたいと。そして、白老の活性化につなげていきたいというふうに思っています。
○ナレーション　「オホーツク紋別ホワイトカレー」。
世界三大漁場といわれるオホーツク海を目の前に臨む紋別市、カニ、ホタテを初め海の幸に恵まれた港町。冬の流氷観光は全国的にも有名。流氷を砕いて進む観光船ガリンコ号Ⅱは紋別のシンボル的存在だ。
○インタビュアー　紋別といえば、カニ、流氷、冬のイメージ持っていませんか。でも、それだけじゃないんです。
○ナレーション　豊富な海の幸を初め、オホーツクの素材をふんだんに使ってつくる「新・ご当地グルメ」の誕生で盛り上がりを見せる紋別。この「オホーツク紋別ホワイトカレー」普及と商品化に尽力した料理人がこの人。
○Ｈ　今までは紋別にこれといった名物はなかったんですけれども、紋別には大変おいしいホタテがございますので、それを使用した「ご当地グルメ」をつくってみました。
○ナレーション　流氷が連れてくるプランクトンを食べ、よく泳いで育った紋別のホタテといえば、大ぶりで肉厚、味も濃厚。ズワイガニを初めとしたカニも地元の素材として欠かせない。これらを使い、こだわりを重ねたのが「オホーツク紋別ホワイトカレー」なのだ。
○インタビュアー　でも、何でこれ白なんですか。
○Ｈ　ええ、実は、紋別市のイメージのカラーが流氷の白、そして意外と知られていないんですけれども、紋別、酪農の町でもあるんです。
○ナレーション　８軒の参加で始まった「オホーツク紋別ホワイトカレー」の中で、地元でも人気なのがこのホテルのレストランで提供されているホワイトカレー。この料理長の想像力あふれるアレンジもすばらしい。
○インタビュアー　さあ、ご用意いただきましたホワイトカレー。まずご飯の上に、すごいですね、ホッキありホタテ、カニの爪のところ、カボチャとナスと、何といっても目につくのがルーなんですよ。ふわふわの、これカプチーノ仕立てになっていますけれども。
○Ｉ　ルーのほうを豪快にかき混ぜていただいて、ご飯のほうにかけて食べてみてください。

○インタビュアー　豪快にかき混ぜちゃっていいんですか。ふわふわっとこう、これ崩れてくるとまたちょっと流氷っぽい感じがするんですけれども。

○I　ええ、そうですね、それも考えてつくりました。

○ナレーション　素材もさることながら、見た目の演出も徹底したこだわりよう。もちろん味も自慢の一品。

○インタビュアー　うん。何だろう、すごく海鮮のだしがきいていますね。

○I　ホワイトルーをつくるときに、ホタテとエビとカニのだし汁からつくっているんですよ。

○インタビュアー　甘みがふわっと来ますね。でも、カレーなのでしっかりとそのカレーの香辛料というか、カレーの風味もあるんですよね。

○I　はい。

○ナレーション　紋別の「新・ご当地グルメ」、その10カ条ルールを一挙公開。まず名前は「オホーツク紋別ホワイトカレー」とする。流氷と漁業と酪農の町、オホーツク紋別をイメージしたカレーを提供する。オホーツク紋別産のホタテとオホーツク産の牛乳を使う。なるべく旬の食材を使う。北海道米の白いご飯の上に具材を乗せ、ルーは別に添えて提供する。ガリンコ号Ⅱをイメージした食材を使う。円形皿で提供する。お好みで利用できるマイルドソースをつける。共通のスプーンの袋をつける。1,000円以下で提供する。以上全部で10項目。オホーツク紋別の「新・ご当地グルメ」、定着を目指した挑戦はこれからも続く。

「ニセコ羊蹄コロッケ定食」。

「蝦夷富士」と呼ばれる羊蹄山の裾野に広がる畑。このエリア一帯のジャガイモ生産シェアは全道のおよそ3割を占める。

○J　じゃがいも産地である、ニセコ・羊蹄の7カ町村で、連携して「ご当地グルメ」をと考えたときに、コロッケ料理でいこうと考えました。

○ナレーション　秀峰羊蹄山を囲む全部で7つの町と村から合わせて11店舗が参加した「新・ご当地グルメ」。ここ喜茂別町に代々続く手打ちそばのしにせ、若い時分、洋食、和食と修行を重ね、その後そば職人としてのれんを継いだ。そんな4代目のご主人がつくる「ニセコ羊蹄コロッケ定食」がこちら。各店それぞれに個性あり、赤いコロッケがユニーク。

○K　トマトジュースを煮詰めまして、それをポテトに混ぜています。

○ナレーション　地元産の食材を生かした新しいコロッケをつくってみたい。羊蹄の濃厚なトマトと良質なジャガイモを合わせることで、今までにない酸味とうまみがきいたコロッケが完成した。地元の恵みを料理で表現、工夫を凝らしたコロッケ定食。生産者も意欲とプライドはある。参加意識は極めて高い。

○L　できる限り環境に調和した農業ということを目標にしていますから、化学肥料をできるだけ少なくしたり、必要な農薬も最小限度に抑えたり、私どもが一生懸命熱意を込めて栽培したジャガイモを食べてみて、おいしさをわかってほしいと。

○ナレーション　「新・ご当地グルメ」「ニセコ羊蹄コロッケ定食」の守るべきルールは8つ。各町村のご当地性や参加店の個性を出しやすくするため、最低限のルールにとどめてある。感性と想像力を発揮できる余地をあえて残しながら競争させようというもの。地域の特産物を工夫しながら提供。

真狩村はユリネの生産量日本一を誇る。この店では、村自慢のユリネでコロッケをつくった。素材の味を消さないように仕込みの味つけは塩、コショウ、生クリーム以外は使わないこだわりようだ。

○M　今後コロッケ定食が、ニセコ・羊蹄の「ご当地グルメ」として定着し、各町村にたくさんのお客さんに来てほしいと思っています。

○ナレーション　競争しながら高め合う、地域の連帯感がもたらすものとは。国内外の地域ブランド戦略や観光地域のマーケティングに詳しい、北大の内田准教授に聞いた。

○内田　一番大事なことは、地域の人たちに新しい楽しみが生まれるということだと思うんです。まず地元の人たちがそれを支えて、そういったお店を支えていくと。観光客が来たときには観光客によって支えられると。観光客もやっぱり観光客向けのものなんか食べたくないわけですよね。だから地元の人によって支えられているものをやっぱり楽しみたい。内部的には地域の人がまとまれると。まとまっているということは、地域の外にいる人もその地域を理解しやすいということですね。

○ナレーション　「食」の地域ブランド、「新•ご当地グルメ」のつくり方、新たなカテゴリーを確立させナンバーワンを目指す。アイデアとスピード、官民一体となった推進体制も重要なポイント。定義やルールなくしてブランドの方向性は定まらないのだ。

人口減少時代に地域の活力を生み出すためには、交流人口を増やし集客交流を活発にすること。その目玉は観光振興であり、やる気になれば短期間で、しかも余りコストをかけず新たにつくれる観光資源こそ、食の地域ブランドなのだ。地域の魅力アップのため、「連携」と「競争」という仕組みをつくりながら、今、ぞくぞく誕生している北海道の「新・ご当地グルメ」……（ＤＶＤ音声終了）

「新・ご当地グルメ」をもっとわかりやすく説明しましょう。従来型の「ご当地グルメ」を、僕は「自然定着型ご当地グルメ」と呼んでいます。「自然定着型ご当地グルメ」は、地元の産物を使っている場合もあれば、使っていない場合もある。一つの事実としては、自然に定着をしているということで、「自然定着型グルメ」と呼んでいます。そして、私が今戦略的、意図的に仕組みをつくりながらつくっているのを、「自然定着型ご当地グルメ」に対して、「企画開発型ご当地グルメ」というふうに呼んでおります。

さて、これらの「新・ご当地グルメ」が、じゃ、売れているのかという興味もおありかと思いますけれども、売れています。例えば「オホーツク北見塩やきそば」は、もう10万食を超えました。そういうとぴんと来ないかもしれませんけれども、じゃ、別の事例で言うと、「美瑛カレーうどん」の紹介映像の中に、「だいまる」というお店が出たと思います。「だいまる」というお店は、美瑛にあるごくごく普通の食堂なんですけれども、どれぐらい売れているか。これびっくりします。この「美瑛カレーうどん」、「だいまる」という食堂ですよ、町場の食堂、この「美瑛カレーうどん」の売り上げ1,000万円です、１年間。１万3,000食、１年間で売れたんです。1,000万円ですよ。町場の食堂がこの単品、「美瑛カレーうどん」だけで1,000万円の売り上げ。これは考えられないぐらいの額です。

さて、余り時間がありませんので、８つの映像を見ていただきました。今はもう15の「ご当地グルメ」、新しい「ご当地グルメ」をつくっているんですけれども、いろいろなドラマ、アクシデント、いろいろなものがあるんですよ。時間があればその一つずつご紹介するともっとおもしろい話を聞いていただけるんですけれども。じゃ、１つだけちょっと事例をお話ししたいと思います。「オホーツク北見塩やきそば」誕生のプロセスです。簡単にお話をします。これ本当にひょんなことから生まれたものであります。

２年前の2006年８月、私は全日空に乗って東京に出張に行きました。全日空には「翼の王国」という機内誌がありますがそれを読んでいました。そうしますと、日本三大焼きそばをテーマにした記事がありました。ここであえて実名は言いません。Ａ、Ｂ、Ｃという日本三大焼きそばの記事が出ていたんです。僕は知りませんでした。世の中に日本に三大焼きそばってある、こういうのを知りませんでした。勝手に言っているわけですけれども。Ａ、Ｂ、Ｃだと。

その記事を読んだときに、たまたまＣの焼きそばを食べたことがあるわけです。話題になってわざわざ行ったことがあった。そこのＣの焼きそばを食べた経験がある。そのときの僕の実感としては、何の変哲もないソース焼きそばだったというわけです。それが日本を代表する焼きそばになっているという。これはたまたま、この日本三大焼きそばというのはソース焼きそばだったんですね。

クリエイターの僕は、ふつふつと、であれば、本当にもう正真正銘のすばらしい焼きそばを北海道で

つくりたいと思ったわけです。北海道で、北海道らしい、北海道ならではの焼きそばをつくってやろうと、そのとき機内で思ったわけです、機内でですね。僕は常に企画を考えていますので、じゃ、北海道らしい北海道ならではの焼きそばって何なのかという定義がないわけじゃないですか。じゃ、どこの方向に向かってつくればいいのかなという、空想をするわけですね。頭の中です。どういう方向に向かっていけばいいのかというふうに思ったときに、一つその考えたのが因数分解。もっとわかりやすく言うと、項目の整理というのをしました。4つのポイントで項目の整理をしたんですね。

それは、いわゆるこっちに本州の焼きそばがあって、こっちに北海道の焼きそばがある。これの特徴を整理していったわけです。4つのポイント。

1つが、「麺」という要素。この「麺」というのは、本州の焼きそばというのは外国産の小麦を使っている。であれば、北海道は北海道産の小麦を使おうという話ですね。

2つ目は味。本州の焼きそばってほとんどソース味ですね。じゃ、ソース味に対して、北海道らしい焼きそばは何味にするか。多分いろいろな味があるんでしょうけれども、僕思ったのは、やっぱり北海道というのは3つの大きな海に囲まれているので、塩という切り口があるなというふうに思ったわけです。ソース味に対して塩味と。

3つ目の項目、肉。肉をどうするか。本州の焼きそばというのは豚肉なんですよ、ほとんど。豚肉に対して北海道は何にするかと考えたときに、例えば羊にしようか、鳥にしようか、牛肉にしようかといろいろ考えたんですけれども、戦える材料がなかったわけですね。肉、北海道の優位さはないということで、じゃ、肉を断念して魚介類でいこうと。じゃ、魚介類何があるかな、いろいろ考えたわけです。その中で、もともと塩みたいのがいいなと思ったときに、ホタテが合いそうだなというふうに思った。ホタテというのは北海道を代表する魚種でもある、ホタテだなと。

最後4つ目、野菜。本州の焼きそばというのはキャベツを使っている。キャベツに対して、北海道何かないかな、日本一のものはないかなといったときに、タマネギと。本州の焼きそばというのは外国産の小麦を使って、ソース味で、豚肉で、キャベツだと。それに対して、北海道の新しい焼きそばというのは、北海道産の小麦を使って、塩味で、ホタテを使って、タマネギみたいなことでできないかなというふうに空想したときに、ひらめいたわけです。

これをやるのは北見だなと思ったんです。なぜか。2006年の8月に今話をしておりますけれども、さかのぼること5カ月前、2006年3月に北見市は合併をしました。常呂町、留辺蘂町、端野町という近隣町村と合併したことによって、これまで北見というのは海を持たなかったんですけれども、合併したことによってオホーツク海という財産を手に入れたんですね。そのオホーツク海の塩とホタテを手に入れた。北見というのは日本一のタマネギの産地なんで、まさにこの今空想した4つの要素のものというのは、北見でやるべきだというふうに思ったわけです。

大概は、この空想というのは単なるアイデアですから、消えてなくなるわけです。2006年8月の話をしたんですけれども、天は我を見放さなかった。3カ月後に、2006年の11月に北見の市長に会える機会があったんです。僕は数年前から北見の市長に会いたくて会いたくて仕方がなかった。なぜか。先ほどの話の中で、これからの地域、満足度を高めないといけないという話をさせていただいたと思います。ここだけの話ということでばらしちゃいますけれども、数年前、北見は100の地域の中で満足度最下位だったんです。そのことを、行政の首長である市長に伝えるべきだというふうに前々から思っていたんですが、チャンスがなかったわけです。2006年の11月にチャンスがやって来たので、僕はいい機会だということで、そういういわゆる北見というのは満足度が低い、なぜならこうだ、こうだ。今後こんなことをやったらどうでしょうかという僕なりのアイデアをぶつけました。その中の1つが、新・北見、新制・北見を象徴するような新しいご当地グルメをつくりませんかということを、市長にぶつけた。

そのときに同席をされていたのが、さっき映像で出てきたホテル黒部という北見市内の老舗ホテルの料理長、梶井さんも同席をされて、結局は彼が動いてくれて「オホーツク北見塩やきそば」が生まれた

と、そういういきさつがあります。

それぞれいろいろなドラマがあるんですけれども、もう時間がありませんので話しませんが、最後にまとめたいと思います。４番目ですね、「新・ご当地グルメ」は地域を変えるということです。

ここに書いてありますように、「新・ご当地グルメ」開発は目的ではなく、地域を元気にするための手段であると。この新・ご当地グルメの開発をやっていくことで地域が少しずつ変わっていきます。僕は15の地域でお手伝いをして、それを実感しております。まず、連携力が生まれます。２つ目、地域内でのコミュニケーションが深まります。３つ目、自信がつきます。４つ目、官と民が話をするようになります。５つ目、人が変わります。６つ目、楽しくなります。７つ目、マーケティングのことを勉強するようになります。８つ目、観光の重要性に気づきます。９つ目、自発性が高まります。最後10コ目、そして何より地域を愛するようになります。ぜひ、この15の地域の彼らに聞いてみてください。いろいろなことがあります。僕ともぶつかり合います。けんかもします。いろいろなことがありました。でも、最終的にはやってよかったというふうに彼らも言ってくれています。

これからの時代は「連携」しつつ、「競争」をすると、マーケットをつくり出すということが本当に重要だと思います。地域において、特定の業界において、それぞれの企業のビジネスにおいて、「連携」と「競争」、そしてマーケットをつくり出す。すなわち「創客」をするということが大事であるということでございます。

映像で出ました「オホーツク紋別ホワイトカレー」、実は今日もお見えだと思いますが、紋別北高校の生徒たちがみずから協力を申し出てくださった。「オホーツク紋別ホワイトカレー」のホームページを、彼女たちにつくっていただきました。ですので、今日は商業高校関連の先生方と、全国各地から来られているというふうに聞いておりますけれども、ぜひ地域を元気にするために、いろいろなかかわり方があろうかと思います。先ほど、控え室でお話をお聞きしますと、商業高校の科目に「商品開発」という科目も設定されたというふうにお聞きしましたので、この僕が手がけているやり方というのは、北海道だけでなく全国各地でできるビジネスモデルだ思います、地域を元気にさせるための一つの手法だと思いますので、ぜひ商業高校の皆様もこれにかかわっていただいて、地域ぐるみでその地域を元気にするように、一緒にやっていければいいなというふうに思っています。

僕自身は北海道というフィールドの中で仕事をしておりますけれども、今日もいろいろな地域の道内の先生たち来られていると思います。今、たまたま僕は15の地域しかやっていませんけれども、今後もいろいろな地域でやっていこうというふうに思っておりますので、ぜひ商業高校の方々ともコラボレーションしながら、あるいは協力をしながら、その地域を元気にするために、たまたまこれは「新・ご当地グルメ」という一つのコンテンツでありますけれども、ぜひ一緒にやっていければいいなというふうに思っております。

お手元にカラー刷りしたものをお配りしております。これまで15の地域で新・ご当地グルメをつくってまいりました。本来であれば、これらは北見に行かないと塩やきそばは食べられない。富良野に行かないとオムカレー食べられない。美瑛に行かないとカレーうどん食べられない。これ全部食べようと思ったら10日間ぐらいかかるんですよ。で、なかなか行けないよという方々のために、２枚目めくっていただいて９月19日から10月５日、17日間、実は今年から秋を彩る大型のイベントが始まります。「さっぽろオータムフェスト」という、これは札幌上田市長の肝いりで今年から始まります。

札幌のイベントというと、６月の「ＹＯＳＡＫＯＩソーラン祭り」、そして２月の「雪まつり」、これが二大イベントであります。秋が弱いということで、秋、イベントをつくろうということで、「食」をテーマにした「さっぽろオータムフェスト」を今年から開催します。大通の５丁目、６丁目、７丁目、８丁目、17日間のロングラン。大通公園の５丁目については私のほうがプロデュースをするということで、この「新・ご当地グルメ」と、北海道産の小麦を使ったラーメンというこの２つの切り口で、17日間、「食」のイベントをやろうというふうに思っています。ここに書いてありますように、９月19日か

ら23日はこういう顔ぶれ、24日から29日はこういう顔ぶれ、30日から10月５日はこういう顔ぶれということで、毎回５つの「新・ご当地グルメ」が食べられるような仕組みでやりますので、ぜひ時間がある方は札幌大通公園５丁目に来ていただいて、いろいろな「新・ご当地グルメ」を食べていただければいいなというふうに思います。

最後にＰＲですけれども、たまたま今発売中の「日経トレンディ」という雑誌がありまして、９月号なんですけれども、見ましたら、この149ページ目に、私は取材は受けていませんけれども、「町おこし３大グルメ合戦！」というそういう特集がなされておりました。「町おこし３大グルメ合戦」と。焼きそば、カレー、ハンバーガーをテーマにした、そういう全国でこういう動きがあるよという特集がなされていました。なぜか取材も受けていないのに私の名前も出ておりますので、ぜひ書店に行っていただいて、立ち読みをぜひしていただければというふうに思います。

ちょっと時間押しましたけれども、何度も言うようですけれども、大事なことはこれからの時代を生き抜いていく、地域を元気にしていくと。「連携」と「競争」、そしてマーケットをつくり出す「創客」、これが大切になるということをぜひ皆様もご理解いただいて、各地域で、地域が元気になるようなそんな取り組み、行動をぜひ積極的にしていただければというふうに思います。

特に北海道の先生方、北海道は今非常にやばい状況です。すべての経済がガソリン、いわゆるガソリンだけじゃなくて原油高、食料高においてものすごく今大変なことに直面しておりますので、我々みずから動いていかないと北海道はよくならない、明るくならないと思いますので、ぜひ先生方も行動をしていただければというふうに思います。

長い間、ご清聴ありがとうございました。（拍手）

「一新・ご当地グルメが地域を変える」
ヒロ 中田 氏

2. 全体会研究発表

「現行学習指導要領に基づく教育課程の実践と検証」

―― 男女共学化・高大接続研究事業から見た新学習指導要領への対応 ――

宮城県石巻商業高等学校　教諭　**阿　部　政　文**

Ⅰ　はじめに

本校は、創立97年、地元では歴史と伝統を誇る県内屈指の商業高校である。平成18年度より「県立学校将来構想」により、長く続いた男子校から男女共学校となり、それに合わせて学科並びに教育課程の大幅な改編が行われた。学科については従来の３つの小学科を入学者選抜から単一の大学科「総合ビジネス科」に改め、２年次からは自己の進路や興味・関心に基づいて選択できる４つの新しい類型を設定した。同類型は「会計ビジネス」「情報ビジネス」「情報システム」「ビジネス進学」となっている。

また、平成19年度より隣接する石巻専修大学と、本県初の「高大接続研究事業」を実施し、３年時に在学の本校生徒が１年間または半年間の期間、大学（経営学部）が開講する授業を受講し、試験に合格すれば単位が認定されるという取り組みがスタートし、今後、その動向が県内外から注目されている。このように本校では、男女共学化を機会に、従来の教育内容を大幅に見直し、新しい時代へ向けた新たな取り組みを積極的に推進しようと考えている。また、今後も新しい「学習指導要領」を見据えた時代のニーズに対応した教育内容を構築していく必要がある。現状の課題として、修正しなければならない点もあるものの、本校が宮城県の商業高校の先進的な役割を果たし、将来の専門高校としてあるべき姿を模索しながら、当課題を研究内容として取り上げた次第である。

Ⅱ　本校の概要

名　称：宮城県石巻商業高等学校
所在地：宮城県石巻市南境字大樋20番地
課　程：全日制課程　総合ビジネス科（２年次より類型制）
校是「独立自尊」（福沢諭吉）

「心身の独立を全うし、自らその身を尊重して、人たる品位を辱めざるもの」これを独立自尊の人という。

本校ではこの精神を身に付け、石商生としての自覚と誇りを持てるよう指導している。

1．本校の主な取り組み

(1)　誇り高き志の育成

◇生徒向けスローガン「抱け！！日本一の志を！！」
◇先生向けスローガン「目指そう！！日本一の教育を！！」
◇年間通じての校旗・校是旗の掲揚

(2) 生徒の清き心を育てる諸活動

◇雑巾掛け清掃　◇朝の爽やか清掃　◇花いっぱい運動

◇朝読書　◇息子・娘へのメッセージ　◇開北（会報）

◇朝の声掛け運動

(3) 心にやる気と華を咲かせる諸活動

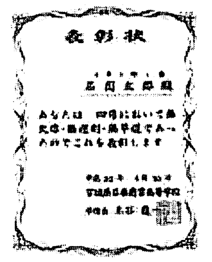
◇生徒の情操を育てる芸術通り　◇月間皆勤表彰

◇高大接続研究事業（H19より実施）

(4) 学校生活に潤いを与える環境作り

◇年間通じて、季節感を感じさせる取り組み

月間皆勤表彰



Ⅲ　新学習指導要領の改訂

1．新学習指導要領の改訂の予定

高校は、平成20年秋高校学習指導要領改訂（予定）で平成21年春～現場への周知、そして、平成25年4月～高校完全実施となる。

2．教育課程部会におけるこれまでのまとめ

文部科学省初等中等教育局教育課程課から出された、中央教育審議会教育課程部会より「教育課程部会におけるこれまでの審議のまとめ」から「生きる力」の「理念」は変わらない。学習指導要領の理念を実現するため、その具体的な手立てを確立する観点からの改訂という内容である。

3．学習指導要領の理念実現のための５つの課題

現行学習指導要領の実践の反省から、学習指導要領の理念実現のための手立てとして5つの課題があげられた。①「生きる力」の意味や必要性について十分な共通理解がなされなかった。②子どもの自主性を尊重するあまり、教師が指導を躊躇する状況があったとの指摘。③各教科での知識・技能の習得と総合的な学習の時間での課題研究的な学習や探求活動とのつながりが乏しい。④各教科において、知識・技能の習得とともに、観察・実験、レポート、論述などの、知識・技能を活用する学習を行うためには現在の授業時数不足。⑤豊かな心や健やかな体の育成について、家庭や地域の教育力が低下したことを踏まえた対応が不十分であることがあげられていた。

4．「知的基盤社会」の時代と「生きる力」

「生きる力」の育成が必要とされる背景としての「知識基盤社会」の時代の対応する次のような能力の必要性がとわれるようになってきた。①課題を見いだし解決する力。②知識・技能の更新のための生涯にわたる学習。③他者や社会、自然や環境と共に生きることなど。

5．改正教育法等と「生きる力」

今回の改正教育法より、教育の目標・義務教育の目標の規定と学力の重要な３つの要素を明確化されている。①基礎的・基本な知識・技能の習得。②知識・技能を活用して課題を解決するために必要な思考力・判断力・表現力等。③学習意欲。

6．学習指導要領改訂のポイント

学習指導要領改訂のポイントは、理念を実現するための具体的な手立てを確立する観点から行われている。①改正教育基本法等を踏まえた学習指導要領改訂。②「生きる力」という理念の共有。③基礎的・基本的な知識・技能の習得。④思考力・判断力・表現力等の育成。⑤確かな学力を確立するために必要な授業時数の確保。⑥学習意欲の向上や学習習慣の確立。⑦豊かな心や健やかな体の育成のための指導の充実。

7．教育課程の基本的な枠組み（高等学校）

高等学校の教育課程の枠組みとしては、以上８項目があげられている。

共通性と多様性のバランスの観点から検討され、①週あたりの授業時数は30単位時間。②卒業単位数は

74単位以上。③必履修科目の単位数は原則として増加させない。④学習の基盤である、国語、数学、外国語は共通必履修科目を設定。⑤地域・公民・理科は現行どおり選択必履修。⑥総合的な学習の時間は、授業時間数等の弾力的な取り扱いを検討。⑦専門学校は、専門教育・科目を25単位以上履修。⑧総合学科は「産業社会と人間」を履修があげられる。

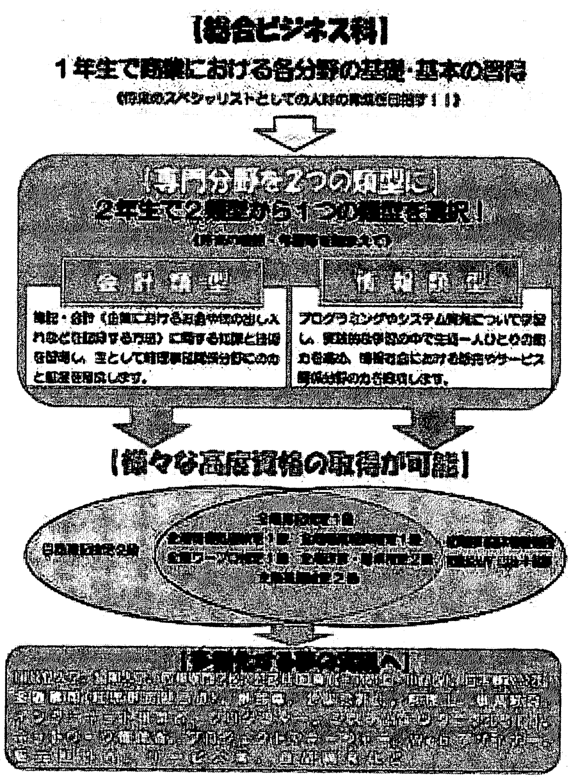
8．専門教育（商業）に関する各教科・科目

商業では、経済のサービス化・グローバル化、ICTの急速な発展、知識基盤社会の到来に対応し、ビジネスの諸活動を主体的・合理的に行う実践力、遵法精神や起業家精神等を身に付けた創造性豊かな人材を育成する。①教科の目標：生徒の進路の多様化に対応する観点から、商業の各分野で学習する内容と関連する職業とのつながりに着目し、将来の職業を見通し学び続ける力を育成する。②科目構成：現行17科目を20科目。③新設する科目：「商品開発」「ビジネス経済Ⅰ」「管理会計」「ビジネス情報管理」。④その他の科目：ビジネス基礎、課題研究、総合実践、ビジネス・コミュニケーション、マーケティング、広告と販売促進、経済活動と法、ビジネス経済Ⅱ、簿記、財務会計Ⅰ、原価計算、財務会計Ⅱ、情報処理、ビジネス情報、電子商取引、プログラミング。

Ⅳ　本校教育課程の変遷

平成17年度まで小学科制、国際経済科・会計科・情報処理科の3科設定していた。ここで、問題になったことは、平成18年度より、男女共学化がスタートすることから、女子生徒への対応が必要となった。また、国際経済科の定員割れが続き、情報処理科の倍率増や各科の格差が著しくなる現象がおきた。また、選択希望生徒の調整や管内の生徒数の減少、生徒の進路選択の多様化への対応など問題となり学科改編が行われた。

平成18年度入学生からは、総合ビジネス科（大学科制4類型：会計ビジネス・情報システム・情報ビジネス・ビジネス進学）を実施した。小学科制の問題点等の解消を考え、1年次共通履修を行い、2年次より専門学科として4類型の特色を出し、自分の将来の進路・希望等を踏まえて選択できるように行った。しかし、情報の類似する類型が2類型あり、ビジネス進学類型がありながらも各類型からも進学が可能であることで特徴がはっきりしていなかった点が問題となった。更には、現行の学習活動は、4類型及び選択科目の授業が多くHR単位での授業がきわめて少なく、類型やクラスの帰属意識も薄く、類型生徒がクラス内に混在し、進路に沿った学習の弊害がみられた。



平成21年度入学生からは、新教育課程表（1部改訂）を行い、 総合ビジネス科（大学科制2類型：会計・情報）で実施する。各類型の特徴をよりはっきりとしたものにし、目指せスペシャリストへの挑戦も考え「簿記会計」「情報処理」分野の高度な学習を展開し、上級取得を目指すものとしたい。また、きめ細やかな指導を展開し、個々にあった学習も配慮する点で一部見直しをかけたものになっている。

1年生では、商業における各分野の基礎・基本の習得、2年生から、専門分野を2類型にし、将来の進路・希望等を踏まえて選択することになる。

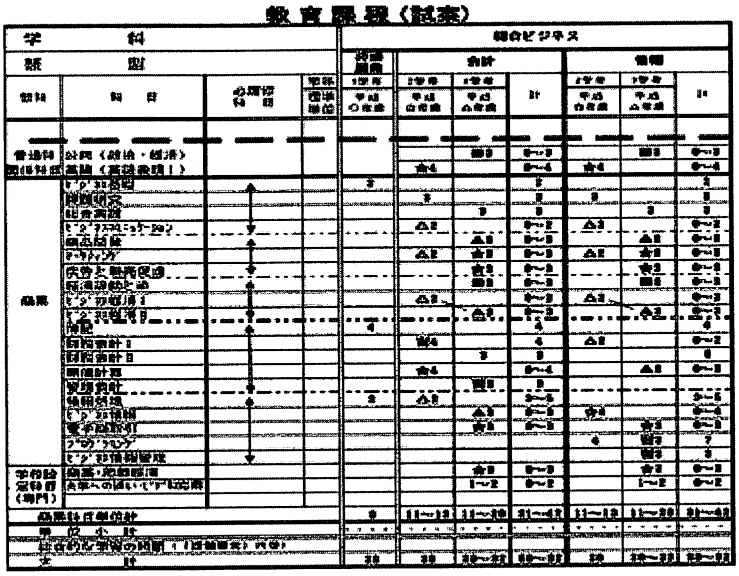
次に、平成21年度入学生からの新学習指導要領をもとに、教育課程の試案が右図である。

本校の現状のカリキュラムでは、上級資格取得を目指すことからアカウンティング分野（会計情報提供能力）とビジネス情報分野（情報設計・管理・利用能力）に特化した内容になっている。

ビジネス教育の強みを生かす上で新学習指導要領の改訂の目玉であるマーケティング分野（顧客価値・満足創造能力）やサービス経済分野（経済問題探求能力）が全て選択群となり、資格取得以外の教育目標を視野に入れた学習内容の教育課程の必要性も重要視する考えが考察の中で感じている。

私自身の考えであるが、「簿記会計」分野、「情報処理」分野以外で、マーケティング分野・サービス経済分野に興味・関心のある生徒のために3類型も検討の余地があるのではないかと考えている。

教育課程（試案）



Ⅴ　本校の高大接続研究事業について

◇受講生状況（平成19年度）

	学校外における学修の内容（名称）	認定単位数	認定人数	受講者人数	不合格者数	未修得者数
前期 53名	ｺﾝﾋﾟｭｰﾀ･ｽｷﾙ･ﾗｰﾆﾝｸﾞ	1	13	17	1	3
	経営学総論Ⅰ	1	32	36	4	0
後期 66名	初級簿記	1	3	4	0	1
	コンピュータシステム論	1	12	24	3	9
	国際協力論	1	4	13	5	4
	経営数学Ⅰ	1	2	8	5	1
	地場産業国際化論	1	1	11	2	8
	経営学総論Ⅱ	1	4	6	1	1

以上のような実績である。のべ受講生119名、のべ認定人数71名である。本校は,高校生が大学生と一緒に講義を受講し、同じ条件で単位を認めるという点に特徴がある。

問題点としては、①大学側の学事と高校側の行事の兼ね合い。②男女共学になり、就職希望の女子生徒が多く、大学進学希望者の減少。③受講生の出席率を上げ、不合格者の減少を図る取り組み、指導改善を目指すなどがある。

Ⅵ　おわりに

今回の学習指導要領の改訂のポイントは、「生きる力」をはぐくむという現行学習指導要領の基本理念は、新しい学習指導要領でも変わらないことである。①「人間力」の向上のための教育内容の改善充実。②学習内容の定着を目指す学習指導。③学ぶ意欲を高め、理解を深める授業実現。④教師の資質向上。⑤地域や学校の特色を生かした教育。⑥基礎的・基本的な知識・技能の習得。⑦思考力・判断力・表現力等の育成。⑧教えて考えさせる指導。⑨学習意欲の向上や学習習慣の確立。⑩コミュニケーション能力の育成などがキーワードになるように思われる。更に、学校週5日制の下での土曜日の活用や、確かな学力を確立するために必要な授業時数の確保が挙げられる。

「学力低下の改善」や「豊かな人間性の育成」、「生きるための健康や体力の向上」、いかに社会が変化しようとも自らを律し、適応力を育てるための改善を目指さなければならない。

そして、我々はその実現のために「学校の組織力の向上」や「教員の心のゆとり」、「教員間で協力・連携を図りながら心から生徒と接する」きっとそれは生徒に伝わり、地域に信頼される学校となる。

商業高校における生きがい教育の展開
―― 総合ビジネス科実践コースの取り組み ――

高知市立高知商業高等学校　教諭　竹村　晃
〃　教諭　安藝昌男

Ⅰ　はじめに

昨今、生きる力をはぐくむ教育・起業家教育・キャリア教育の推進と言った文言をよく耳にする。我々も教員研修、生徒に対し講演等も実施してきた。その度に感じていたのが「商業教育そのものではないか」との思いである。本年告示された小中学校の学習指導要領にも「生きる力をはぐくむ教育」の精神は受け継がれている。

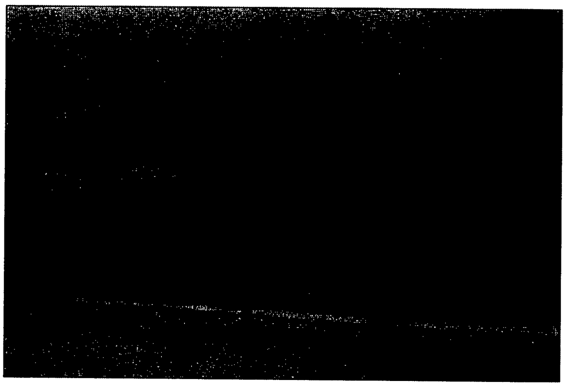
近年、商業教育を取り巻く状況は厳しく、職場の同僚から「商業高校は社会的役割を終えているのではないか」と言われたことがある。本県においては、生徒減少期とも相まって、商業に限らず、多くの専門高校が定員割れの状態にもある。商業科教員として、このような危機的状況下のもとで、商業教育の有用性をいかに打ち出していくか苦慮していた。

平成16年度より生徒のニーズの多様化に対応すべくスタートした総合ビジネス科3コースの一つである実践コースを担当することとなり、コースの特性・商業の魅力を生徒と共に打ち出していく機会を得た。「普通高校では得られない商業高校でしか得られないものは何か？」ということを課題に、全国の先進校の取り組みを参考にしながら本校の特質を活かした、コース名でもある実践型・体験型の授業展開を課題研究・総合実践を中心に、商業高校の生きがい教育に取り組んでいる。

Ⅱ　学校概要

本校は、明治31年創設、本年5月に110周年を迎え、歴史と伝統を持つ県下唯一の市立校であり、卒業生も約25,000人に達し、経済・産業・スポーツ界の各分野において活躍をしている。

平成15年度より、一人一人の生徒を大切に細かな指導を充実させるべく、1クラス35人学級とした。教員も原則人事異動がないことから、長期的な展望を持って、様々な取り組みをすることができる。その代表的な取り組みが、「ラオス学校建設活動」である。15年目を迎え、現在6校の学校を建設が実現している。高知とラオス取り組みから地域商店街とタイアップした「はりまやストーリートフェスティバル」も10年の節目を迎えるとともに、更なる発展を目指し、ラオスの布と高知の間伐材をコラボさせたエコバックの商品化・販売へと進んでいる。今や本校の代表的な取り組みとなっている。



野球部を筆頭に、多くのクラブ活動が盛んであり、県民の皆様が本校に抱くイメージも第一がスポーツが盛んな学校であり、輝かしい実績を有する。また、多くの学校が授業時間確保の必要性から学校行事の削減がなされているが、本校においても色々と論議はあったが、学校の特色の一つである市商祭

(体育祭・文化祭を準備を挟み連日で実施）を開催している。生徒たちも、この市商祭にかける思いは強い。これらの部活動や学校行事･生徒会活動によって養われる課題発見・解決能力や質の高いコミュニケーション能力は、まさしく今日的教育課題であると捉えている。

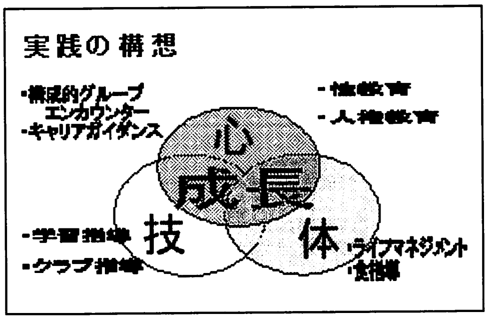
Ⅲ　実践コースの設置にあたって

全国的に生き残りをかけて取り組まれている学校の傾向としては、「高資格取得を中心に特色を出すスタイル」「実践型の商品開発・店舗経営を中心に特色を出すスタイル」この2つの流れであった。総合ビジネス科3コースのうち、会計・経営コースは前者を、3つ目のコースは後者を担うものとして決定し、名は体を表わす実践コースという名称とした。

コースの目的・内容に関して、企業が高校生に求める力は「コミュニケーション能力」「仕事に対する興味・関心」「行動力・積極性・熱意」であり、こう言った力を有する人物として浮かんだのが部活動のキャプテンであり、そこで『リーダーシップを発揮できる人材作り』をコースの目標に掲げた。これに連動し、『運動部の活性化』もコースの目標として掲げた。リーダーシップを育成する要素として運動という要素は重要なポイントであり、生活改善、特に食と運動を中心に5つの要素が満たされてこそ、人としての成長があるとするライフマネジメントを柱とした。勉強だけではいけないし、スポーツだけでもいけない。バランスが取れていなくてはならない。このバランス感は、昔から言われている**心・技・体**であり、実践コースにとって、最もフィットするイメージとして、生徒にも伝わりやすいものとなった。

ライフマネジメントの推進（5つの要素）

1. よく寝る
2. よく食べ
3. よく学ぶ
4. よく運動
5. よく遊ぶ



進路に関して、大学進学は、大半がスポーツ推薦とＡＯ推薦を活用。そのため国語科との連携し、小論文指導等の対応をお願いした。また、なんのために進学するのか目的意識をしっかり持って進学するよう指導を心がけた。

Ⅳ　課題研究・総合実践の内容

課題研究においては、キャリア・起業家教育を主眼に取り組んだ。キャリア教育においては、外部講師の依頼と共に、オリジナルプリントを作成し自己理解→目標設定→自己実現を目指した。起業家教育に関しては、大阪商業大学作成の起業家ワークブックを活用させていただいた。

総合実践は、コース制以前に取り組んでいた同時同業の会社間取引における文書の流れを学習し、実践商店街の実践の中で相手企業とのやり取りを実習として取り組んだ。電話応対・交渉などビジネスマナーがしっかりできるか不安はあったが、十分な対応が出来ていた。これは2年時におけるインターンシップの成果であると考える。

また、課題研究・総合実践ともに、グループ学習と授業→調査・研究→発表の流れを基本としてきた。この課題研究を含めクラスの様々な活動においてもグループでの活動を行ってきた。その中で、リーダー経験を積ませていった。メンバーの協力を得るための指示の出し方や逆に自分がメンバーになった際の行動をいかにとるか学ぶことができた。当初は調べ学習においても、発表においても取り組めない生徒もいたが、様々な事業をグループで実施していく中で、自己受容・自己表現がすすみ集団のプラス効果がではじめた。これは、年度当初からコミュニケーションツールとして実施してきた構成的グループエンカウンターの効果が現れたものと感ずる。授業→調査研究→発表も繰り返し実施してきた成果があり、高知県高等学校技術競技会プレゼンテーションの部で3年連続優秀賞をいただいた。

Ⅴ　実践コースの主な取り組み

①　実践商店街

実践商店街は、コースの最大の特徴とした、市商祭（文化祭）における商品販売である。

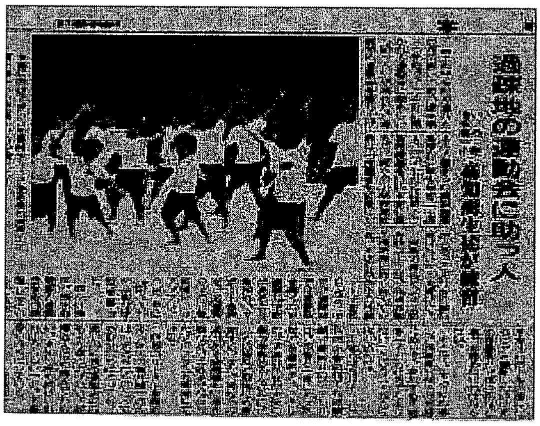
年	内　　容	共同業者
17年度	学校オリジナルせんべい製造販売 校是「報本反始」の焼印	安芸さくら堂
18年度	学校オリジナルケーキの製造販売	アダージョ
19年度	無農薬・有機野菜販売 学校オリジナルケーキの製造販売 障害者自立支援施設のケーキ・クッキー販売	こうち暮らしの楽校 アダージョ まあるい心の応援団

②　インターンシップ

研修項目	内　　容	備　考
オリエンテーション	インターンシップ研修事業の概要説明 アンケート実施（受入事業所）	講師　２名
事前研修 （６回　各２時間）	①ビジネスマナーの達人になる ②信頼を築くコミュニケーション話術 ③来客応対のマナーを身につける ④電話応対をマスターする ⑤ビジネス文書の基礎知識・社内文書・社外文書 ⑥業種・業態・インターンシップ	２クラスを４分割にし、４名の講師にて研修
インターンシップ	生徒の希望等と受け入れ可能な事業所をマッチングして実施（５日間）	
事後研修 （２時間）	インターンシップを終えて得たこと・思ったこと・感じたこと（グループワーク）	２クラスを４分割にし、４名の講師にて研修
就業体験報告会	インターンシップの成果を生徒・学校教員・受入事業所や来賓に発表（パワーポイント）	来賓案内、司会進行等生徒が行う

③　ＢＡＣＫＵＰ　ＴＨＥ　ＵＮＤＯＫＡＩ

19年度、実践商店街のテーマとして、地域貢献を掲げたが、その企画の段階で、実践コースらしい、スポーツを通じて貢献できることはないだろうかといった案が出された。これまでにもスポーツイベントの企画、障害者スポーツとの交流・支援、小学生対象スポーツ教室など色々と案がでたが、資金面や日程でなかなか実現に至らなかった。そんな折、新聞に「過疎地域における運動会の運営危機」との記事があった。生徒にもちかけると即座に「やろー！」とのうれしい反応が返ってきた。企画書を作成し、待っていたところ、「こんな企画を待っていました。」とのお電話を頂いた。高知市ではなく、隣接町（いの町）の清水第一小学校全校生徒８名の山村の小学校である。こちらもうれしくお願いしますと二つ返事をしてしまった。問題は車で１時間はかかる距離であった。２回の事前打ち合わせ、３回の合同練習を経て実施することとなった。


過疎地の運動会に助っ人

本番の日であるが残念なことに小雨となり、隣接の体育館での実施となった。開会式から、地域の方々が集まってこられ、盛大に開幕した。競技自体は変更なく楽しく進行した。高校独自競技の騎馬戦では、昔を思い出したのか？保護者・地域の方から飛び入りの申し出があり予定よりも多く３回戦を行った。地域の方と触れ合う一面であった。これまで、競技準備で、自分の子供の競技を見れなかった保護者の方々も高校生が運営してくれたので、「今年はゆっくり見れた」と言っていただいた。そして、最後のメイン競技「清水

ソーラン」となり、緊張の子供たちと同様に本校代表6名の生徒もすっかり緊張していた。練習の成果があり見事に踊り終えることができた。すると、どこからともなく、「最後はみんなで踊ろう」と声がかかり、小学生、高校生、先生方、卒業生、保護者、地域の方々みんなが体育館いっぱいになり、感動のもと幕を終えた。帰りのバスに乗るまでに、多くの地域の方々からたくさんのお言葉を頂いた。最後までバスを見送っていただき、地域の方々からかけていただいたお言葉が何よりの宝物であった。小学生との別れに涙する者も多くいた。本校の生徒からは、「先生、この活動は来年も絶対続けてよ。」と熱い思いを伝えてくれた。

人のために何かができること、そのことが自分の喜び・生きがいにつながる事を体感できた貴重な取り組みとなった。

この体験を通じ、学校の文化祭オープニングで、この清水ソーランを運動会に参加しなかった者も一緒になり披露した。これは、我々教員が知らないうちに企画し、踊りを知らない生徒に指導し、衣装も自分たちで準備し、表現方法を考え練習していた。自らが企画し、問題を解決し、表現する。課題研究の成果を出せたものと実感した。

『市商生による地域協力活動』
企　画　書

1．目　的
○　地域・社会協力活動を通じ、日常の教育活動では得られない、社会性・公共心を学ぶ。
○　地域活動に参加することにより、高知商業高校を多くの方に理解してもらう。

2．企画名
『ＢＡＣＫＵＰ　ＴＨＥ　ＵＮＤＯＫＡＩ』

3．企画内容
①　高校生の競技への参加
②　競技種目の発案・企画等の共同競技
③　高知商業高校伝統の応援披露
④　高知商業高校オリジナル商品の販売

4．期待できる成果
○　高校生が運動会に参加することにより、小学生にとっても異年齢交流が図れ、貴重な体験となるのではないか。
○　少人数では出来ない競技の種目が可能となる。
○　地域におけるイベントである運動会が盛り上がることにより、地域の活性化にもつながるのではないか。

5．その他
○　怪我や保険等の対応につきましては、高知商業高等学校の管理下で行います。
○　本校生徒に関する諸経費につきましては、高知商業高等学校が負担いたします。

Ⅵ　おわりに

タイトルを学習指導要領の理念である「生きる力」とせず、「生きがい教育」としたか。実践してきた内容は、「生きる力」に沿ったものとなっているとは思う。これから、彼らが進む社会を考えると、長期化するインフレによる格差社会が一層進み、欧米社会で見られている貧困層の拡大、国際化の進展による賃金水準のなどの鈍化などにより、労働者が人として住みにくい時代となっていくかもしれない。その中で、何を生きがいとしてもち、頑張っていくのか？人それぞれ生きがいの捉え方・持ち方は違うであろうが、これまで生徒とともにやってきた中で、間違いなく感じたことは、人から「ありがとう」の言葉を頂いた時の充実感である。また頑張ろうと言う意欲が湧いてくる。他人のために何かが出来る喜び、これを「生きがい」と捉えている。この思いを持ってこれから頑張って欲しいし、それを広げていって欲しい。ゆえに「生きがい教育」とさせていただいた。

商業高校生にリーダーシップと言う付加価値を付ける。昨年度の大会にて、静岡大学天岸前学長のお話を伺い、方向性としては間違っていないと確信した。まだ、スタートしたばかり、内容的にもレベルの低いものであるが、さまざまな体験を通じて得たものを体系化し、リーダーシップを有する人材を育てるプログラムを確立したい。そして、あらゆる分野において地域発信のできる人材バンク的な組織ができればと夢を描いている。

新しい商業教育の取り組み

―― 125年目を迎えた名古屋商業における実践報告と展望 ――

名古屋市立名古屋商業高等学校　教諭　**中　村　善　昭**
教諭　**高　羽　尚　子**

Ⅰ　はじめに

本校は明治17年（1884年）創立以来、「三恩を感謝すべし」、「商士道を発揮せよ」、「世界は我市場なり」の校風三則の下に、商業教育を実践してきた。

近年、商業高校の統廃合やクラス数の減少が進む中で、本校が受験者数の倍増およびクラス数増加にいたるまでの、教員の商業教育の実践と生徒達の成果の発表をする。

Ⅱ　教育は人なり

1．各科の授業実践と成果

⑴　国際経済科（Jump over the classroom 教室の壁を乗り越えて）

①アメリカやオーストラリアの高校との姉妹校提携

・平成８年にアメリカ　カルフォルニア州　ガーデナGardena High School（ガーデナ高校）と姉妹校を提携し、各年おきに短期交換留学実施。

・平成19年にオーストラリア　ニューサウスウェールズ州　シドニー
Cherry Brook Technology High School（チェリーブルック工科高校）と姉妹校提携し、ＴＶ会議システムを利用した国際交流学習を実施。

②ＴＶ会議システムを利用した国際交流学習

・国際交流学習の取り組み

国際経済科は、これまでも国際交流・異文化理解を柱に、他校に先駆けて様々な取り組みをしてきた。平成13年度来、「教室の壁を越えて（Jump over the classroom)」のコンセプトを元に国際経済実習室にテレビ会議システムが導入された。そのシステムを利用したリアルタイムでインタラクティブ（双方向）な国際交流・異文化理解、欧米のみならずアジア圏を含む様々な国から外国人講師を招いた外部専門講座および外務省講座、生徒自らが最低一人の外国人e-mailフレンドを作り写真などの添付も含めたe-mailを定期的にやり取りするなど、積極的な国際交流を行ってきた。

本校生徒が同世代の外国人とリアルタイムかつインタラクティブに英語を共通言語にして交流することにより、今まで以上に国際理解が効果的に進むと考えられる。

③留学生との合同授業

平成19年11月８日・９日に、21世紀東アジア青少年大交流計画タイ第１陣の生徒達が来校した。本校生徒宅でのホームステイ、授業への参加、タイの留学生を囲んで英語で親交を深めた。

④商業教育に生かす英語検定の取り組み

本校は全商英語検定だけではなく、国際経済科で、２年生は英語実務（４単位）で３年生は総合実践（３単位）で文部科学省認定実用英語技能検定にも取り組んでおり、商業科の教員が習熟度別に指導にあたっている。

毎回の授業の始めに単語の小テストを実施し、生徒が自宅で学習した単語ノートは随時点検をしている。

結果として平成19年度の卒業生徒は全員が準２級を取得することができた。

また、指定校推薦、ＡＯ入試などに、実用英語技能検定準１級や２級の合格を活かして四年制大学へ進学する者も増加した。また語学力を伸ばすために、卒業後アメリカ、ハワイ、フランスなど海外の大学に進学する生徒も増加した。

⑤全国商業高等学校英語スピーチコンテスト３年連続出場、２部門優勝

（主催：財団法人 全国商業高等学校協会　後援：文部科学省）

国際経済科の水谷幸穂が全国商業高等学校スピーチコンテストで第22回「個人レシテーションの部」優勝、第24回「個人スピーチの部」優勝と、１人で２部門を優勝したことになる。その他の国際交流学習

・着付け教室「英語で着付け」

・ＪＩＣＡ（国際協力機構）講座

・外務省高校講座

(2)　情報処理科（次世代のビジネス社会で活躍できるＩＴ人材の育成）

①構造改革特区を利用した資格取得

あいちＩＴ人材育成特区の概要

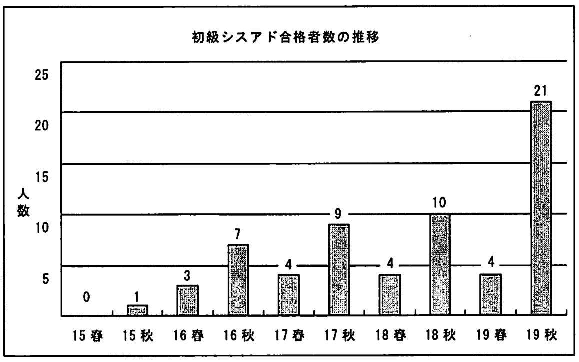
・特区への参加

この構造改革特区制度は、独立行政法人情報処理推進機構情報処理技術者試験センターが実施する初級システムアドミニストレータ試験、基本情報技術者試験の午前試験について、認定を受けたカリキュラムを修了し、指定の修了試験に合格することによって午前試験の免除を受けられる制度である。平成17年11月に愛知県企画振興部より愛知県においてこの制度を使った構造改革特区の申請を考えている旨の連絡を受けた。

・合格者数の推移

授業内での国家試験への取り組み、午前試験の免除を受けることにより平成１７年度より合格者数が大幅に増えてきた。生徒たちにも先輩たちが努力した結果合格することがわかり、以前に比べて学習の取り組みがよくなってきていると感じている。

〈喜びの平成19年秋初級シスアド合格21名〉



・今後の展望

この制度によって初級システムアドミニストレータ試験、基本情報技術者試験への合格が近づいたことは間違いがない。しかし、この試験の合格だけで生徒を満足させることはない。さらに上位の資格試験への挑戦、商業高校生として、簿記や英語など情報処理の以外の資格試験への挑戦などビジネスの様々な知識を高めていく必要がある。

②高度情報環境の利用

情報スキルを身につける学習環境としてＣＡでは7つのコンピュータ教室を準備し情報環境を整備している。各教室とも基本的に５年リース契約でコンピュータを導入している。そのため常に最新の機器・ソフトウェアを用いた学習が可能である。

ネットワーク環境においてはＣＡ独自のインターネット回線（1.5Mbps）を持っており、校内全ての生徒用コンピュータ、教員用コンピュータが常時インターネットと接続されている。

(3) 商業科（実践的な商業教育を目指して） 総合実践でのバーチャル電子商取引の取り組み

商業科は、平成13年度より総合実践・課題研究等の科目においてバーチャル電子商取引(参加校：北海道啓北商業高校・北海道旭川商業高校・秋田能代商業高校・愛知県緑丘商業高校・沖縄県那覇商業高校・沖縄県中部商業高校)を授業の中に取り入れて学習を進めきた。第８回インターネット活用教育実践コンクール内閣総理大臣賞受賞インターネット活用教育実践コンクールに応募し、内閣総理大臣賞を受賞することができた。

２．地域・産業界とのパートナーシップの確立

(1) 高大連携事業（商業科・会計コースの国際会計）

①愛知大学・愛知工業大学との連携

商業科会計コース３年生では、「国際会計」の授業で、国際会計検定（ＢＡＴＩＣ）と新たな国際会計基準（ＩＡＳ／ＩＦＲＳ）を中心に、より高度な学習を進めるために、外部専門機関、企業、大学に協力を求める。平成19年度は、名古屋国税局、名古屋税理士会、日本公認会計士協会東海会、名古屋千種税務署、名古屋市立大学、愛知大学、豊田通商等から講師として来校頂き、高度な専門講義等を実施した。特に「国際会計論」「国際会計基準論」「英文会計」という国際会計関連の講義を開講していた愛知大学に協力を依頼して、夏休み前には、愛知大学（車道校舎）において専門講義（講義形式とゼミ形式)、施設見学、小論文指導等体験学習も実施した。

〈調印式の様子〉

このような過去の協力関係を「覚書」調印という形で明確化、高大連携事業の推進という方向性を持ち、授業協力以外でも、学校全体として様々な事業を模索、検討中である。さらに、愛知工業大学とも同様に「覚書」の調印を行った。今後は、他の地元愛知県の大学とも協力関係を構築していく準備を進めている。

(2) ＣＡ ＴＩＭＥ (Career Approach Time)

①ＣＡ ＴＩＭＥ とは

本校では平成16年度より、２年次において週１単位の「総合的な学習の時間」を「ＣＡ ＴＩＭＥ」という名称で実施している。「ＣＡ ＴＩＭＥ」とは Career Approach TIMEの略である。Careerとは、一人の人間が一生のあいだに獲得していく知識や技能、経験する職業、経歴といった意味である。Approachには、接近する、取りかかる、下準備、入り口といった意味がある。生徒たちが自分自身で調査・研究・体験・発表を行ったり、問題を解決していくことにより、自分の将来について深く考え、社会を生きぬいていく力を身に付けるための時間である。自分の力で「考える・調べる・体験する・まとめる・発表する・評価する」ことにより、主体的、創造的な学習態度を身に付ける。

内容は２年生の生徒全員が夏休みにインターンシップを中心とした体験学習を行い、その体験報告をパワーポイントによって作成、発表する。

〈成　果〉

・総合的な学習の時間として週１時間ではあるが継続的に指導することで、働くことの意義や社会貢献について考え、インターンシップに主体的に取り組むことができるようになった。

・夏休み中のわずか２日間ではあるが、以前に比べて働く意識がしっかりしていると、企業から

高評価をいただいている。これまで求人票を出していなかった企業からも、求人がくるようになった。

・生徒が早い時期から自分の進路を考えるようになり、将来設計をするようになった。

・外部講師の講話のたびに感想文を書いたり、毎時間実習日誌や、体験シートを記入することにより、自分の考えをまとめ、表現する能力が高まった。

・社外文書や封筒の正式な記入方法等の練習ができ、ビジネスマナーが身に付いた。

3．同窓会（ＣＡ商友会）とＰＴＡによる教育支援

(3) 同窓会・ＰＴＡ共催のＣＡ珠算競技大会（小・中・高参加）

本校は珠算・電卓実務検定試験愛知県本部校として、長年、指導的立場として重責を担ってきた。珠算学習は集中力・持続力・注意力・計数能力を養い、商業活動においては欠くことのできない重要な役割を果たしきた。また、近年では算数や数学の基礎的知識と技術の習得に効果的であるとの観点から、低年齢からの学習の必要性も説かれている。

そこで歴史と伝統を誇る本校が、珠算教育を通じて21世紀を担う青少年の育成に努力し、学校教育、産業・経済社会の発展に貢献できればということで、平成８年新校舎竣工を記念して「新校舎竣工記念珠算競技大会」を同窓会とＰＴＡの支援で開催することになり、今年で第13回を迎える。

例年約400名の参加者があり全国的に見ても、最も規模の大きい珠算大会と言っても過言ではない。

(2) 同窓会（ＣＡ商友会）支援のアメリカの高校との交換留学

・ミズショー基金

本校の卒業生の水谷末男氏（４２回生：ミズショー電装株式会社創業者）のご遺志より、ＣＡに寄贈された浄財を基に設立された。アメリカのガーデナ高校との交換留学はこの基金により実施されている。

Ⅲ　今後の展望

1．英語教育にこだわらない国際交流（韓国・タイとの交流）

・韓国語スピーチ全国大会出場（後援　外務省）

国際経済科の２年本山由奈が65名中７名の中に選ばれ、第１回クムホ・アシナ杯高校生大会（韓国語スピーチ部門）に出場した。

2．ささしまライブ開発参画（豊田通商と愛知大学のコラボレーション）

日本で一番元気な地区と言われている名古屋駅前地区、高層ビル群に加え、名古屋駅南側のささしま地区の再開発コンペに愛知大学と豊田通商が決定した。この決定に際し、本校も何らかの形で参画できないか考え、数々の要望を伝えた（現在検討中）。近い将来、地域社会との協力関係をより深く構築していきたいと考えている。

Ⅳ　おわりに（入れる学校から入りたい学校に）

昨年度は名古屋商業高等学校にとって実りある年であった。生徒の活躍もめざましく学校全体が輝いていた。３月の入試状況も320名（平成20年度から１クラス増となった）の募集で約620名の受験志願があり、名古屋商業は「入れる学校から入りたい学校」になったといえる。

今後も名古屋商業高等学校は愛知県の商業高校の代表として卒業生、ＰＴＡや地元の企業、大学と連携して新しい時代を担う生徒たちを育んでいかねばならない。

また、この発表を通じて全国の商業高等学校と手を携えながら情報交換をし、新しい時代に適応した商業教育に取り組んでいきたいと思っている。

商業教育における知的財産教育の実践研究
── 地域との連携による商品開発教育の取り組み ──

北海道下川商業高等学校　教諭　**佐　藤　公　敏**

I　はじめに

本校の商業教育の特色は３年間の系統づけられた体験的な学習を実践しているところである。その取り組みの中に２年次から知的財産教育を導入している。特徴は地域との連携による商品開発実習を実践しているところである。連携の目的は①地域の特色を活かした授業は、知的財産に関する知識と実社会とを関連づけることが可能となるため、学習した内容をより深めることを期待できる。②実社会との関わりを持つことは、職業観や勤労観をはじめ社会の一員としての役割を理解し主体的に生きていくために必要なキャリア形成能力を育成することを期待できる。以上の二点が主たるものである。

昨今、知的財産教育は全国的に実践している商業高校が多くなっている。しかし、新しい取り組みであるため、「必要性は理解できるが実際にはどのように導入すべきか」という戸惑いの意見もある。そこで、本校における取り組みから問題点や課題を明確にし、今後の授業改善に役立てたいと考えている。

１．学校概要

本校は、昭和23年北海道名寄農業高等学校下川分校として、認可され、昭和48年に商業単置校となり現在に至っている。本年で創立60周年を迎える。年々生徒数が減少し、現在全学年３学級、全校生徒90名の小規模校である。過疎地の例にもれず、子どもの減少、学校の存廃が大きな問題となっている。しかし、町の全面的な支援を受け、本年より地域キャンパス校としてスタートを切ることとなった。

本校では商業教育の基本である挨拶、礼儀、身なりの定着を学校全体の共通目標にし、本発表の眼目である知的財産教育などの体験的な学習を積極的に取り入れながら、生徒が充実感・達成感・自己有効感などを持てるよう指導に努めている。

また、部活動ではスキー部がノルディックスキー競技で毎年全国大会に出場し活躍している。さらに、オリンピック代表選手も輩出している。

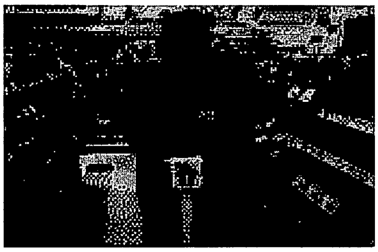
２．本校における体験的な商業教育の概要

１年次では「インターシップ（就業体験学習)」を実施している。そのねらいは働くことの意義をはじめ接遇・マナーの大切さやお客様を最優先する心について自ら体験することによりビジネス教育の動機づけをすることである。

２年次では学校設定科目「商品開発」を実施している。学習内容は知的財産権の基礎知識を活かし、消費者のニーズを考えた商品を企画することである。特徴は企画商品の販売促進や地域振興につながるネーミングやマークについて創作する学習や他人の商標権を侵害しないための調査実習を実施しているところである。

３年次では販売実習会を活かし店舗経営における商標を利用したマーケティング戦略について学習している。内容はキャッチフレーズを活用したオリジナル店舗マークの創作、企画商品に対するネーミングやロゴマークに関するアンケート調査の実施である。この学習から創作したオリジナルマークやネーミングの効果を検証することが可能となり、創作した商標の効果や価値を体験することができる。

インターンシップ



商品開発

販売実習会

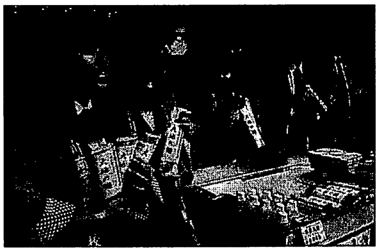


図1　本校の体験的な商業教育の系統図

商業における体験的学習

学年・科目	ねらい
1学年　インターンシップ 科目：「ビジネス基礎」 実施場所：下川町 名寄市 実施時期：9月中旬	・地域に開かれた商業教育を推進し、働くことの意義、接遇・マナーの大切さ、お客様を最優先する心について自ら体験することによって学び商業教育の動機づけとする。 ・地域の文化・産業・経済を実習を通して理解する。 ・自分が興味を持った産業や現場を知ることによって、将来の生き方や進路に向けて考えるきっかけづくりとする。
2学年　商品開発 科目：学校設定科目「商品開発」 実習内容：ｻﾝﾄﾞﾌﾞﾗｽﾀによるｸﾞﾗｽ製作 陶芸 ｵﾘｼﾞﾅﾙうどん開発	・知的財産権に関する基礎知識を養い、知的財産権の保護・活用能力の育成を図る。 ・下川町のＰＲと町興しの一翼を担うことができる商品を研究、企画し、町の活性化に貢献できるような商品開発を学習することを通じて起業家意識を養う。
3学年　販売実習会 科目：「課題研究」 実施場所：札幌市 株式会社丸井今井札幌本店 実施時期：6月中旬	・1、2年生で学習した商業に関する知識や技術を活用し、地域特産品の販売を実践して、商業活動の理解を深め、望ましい職業観勤労観を養う。 ・専門的知識を持った地元協力団体との交流により地域の一員としての自覚を育み、地域づくりを進めるための資質や能力を養う。 ・商標調査により、商標の効果や価値を体験する。

Ⅱ　学校設定科目「商品開発」における知的財産教育について

1学期は商品開発教育と知的財産教育の意義について学習する。商品開発教育の意義は以下のように指導をしている。今までは、「商業」と言えば、商品を仕入れて販売するといった仕入・販売活動が中心だったが、現在では、「商業」は「ビジネス」へと変わり、単なる仕入・販売活動だけでは、社会の変化に対応することが難しい。インターネットをつなげば、日本はもちろんのこと世界中のいたるところの商品が手に入る時代である。そのため、多種多様な商品が存在する中で、いかにオリジナルの商品を作るかがポイントとなる。

最近では、企業は他から仕入れてきた既存のモノを販売するのではなく、より消費者の購買意欲をかき立てる自社製品を企画して販売するようになっている。つまり、新しい発想を生み出し、新製品を企画することが、「ビジネス」として成り立つ時代になっている。そこで具体的事例を示し商品開発教育の意義を指導している。

2学期の学習内容については地域と連携して商品企画実習を実践している。その他に生徒創作のネーミングやマークは商標権として登録できるか、また、すでに権利化されていないかどうかをＩＰＤＬ(industrial property digital library 特許電子図書館）を活用して商標検索をしている。詳細については以下に示す通りである。

1．サンドブラスタによるグラス製作実習

この実習はガラス製品に細かい砂を吹き付ける「サンドブラスト」という技法を使って、生徒が創作した模様や絵柄、文字などの彫刻をし、世界にひとつだけのオリジナルグラスを製作する実習である。デザインのコンセプトは「下川町の活性化とＰＲ」である。製作された作品は町内のイベントを通じて下川町の地域振興に活用される。

2．オリジナルうどん企画実習

この実習は下川町の特産品である「手延べうどん」に付加価値を付けたオリジナルの手延べうどんを企画する実習である。この実習の目的は①既存商品の改良、ネーミング、パッケージのロゴマークの創作を通じて、消費者のニーズを考慮した商品を提案すること。②ネーミングやパッケージのロゴマークにおける商標の価値や権利の取得方法および保護について学習すること。以上の二点である。

3．商標登録調査実習

この実習は全校生徒および地域住民のみなさまから企画商品のネーミングを募集しＩＰＤＬを活用して調査・研究する実習である。この実習の目的はすでに商標登録されているネーミングを調査し、権利の保護を学習することである。

ＩＰＤＬ実習

4．小学校連携「うどん」教室

この実習は本校生徒が地域の小学生に対して知的財産に関する授業を行う実習である。内容はオリジナルうどんを活用してネーミングやパッケージデザインが商品に与える影響について学習することである。

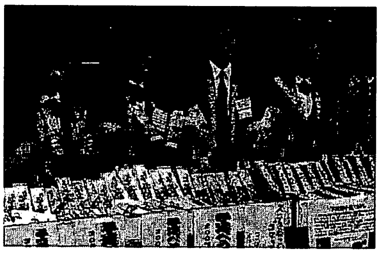
「うどん教室」の様子

本校生徒がこれまで教わってきたことを逆に子供達に教えることで、理解力が一層深まることを期待している。また、時代のニーズに沿った商品開発はいつの時代でもビジネスを行っていく上で当然のことである。そのため、子供達の感想から、「何をつくればよいのか」「どのような工夫をすると受け入れられるのか」を考え常に消費者のニーズを意識した商品企画を考えるように指導をしている。またこの取り組みは、実施と同時に地域に対して知的財産についての情報を発信できるという利点もある。そのため、地域の企業から商標登録をする企業もでてきた。

Ⅲ　販売実習会の取り組みにおける知的財産教育について

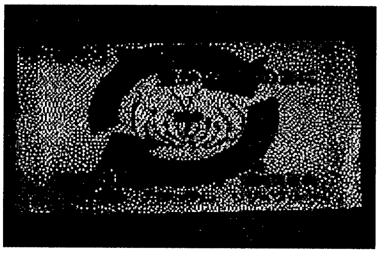
この実習では店舗経営における商標を利用したマーケティング戦略について学習する。具体的にはキャッチフレーズを参考にしたオリジナルマークの創作、企画した商品のネーミングやロゴマークに関するアンケート調査の実施である。この学習から創作したオリジナルマークやネーミングの効果を検証することが可能となり、創作した商標の効果や価値を体験することができる。

（オリジナルうどん販売）



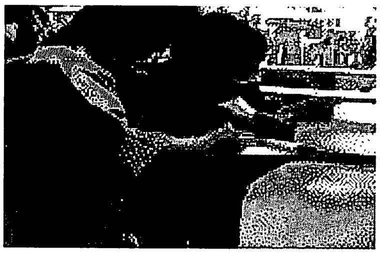
高校3年間の商業教育の集大成として行う「販売実習会」

（オリジナルステッカー）



「販売実習会」のコンセプトを表現したオリジナルステッカー

（アンケート調査）

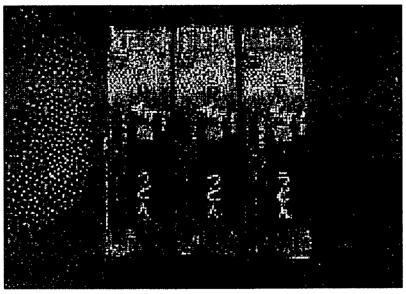


ステッカーやオリジナルうどんのネーミングから感じたイメージを調査し、消費者の立場に立った改良に役立てる。

これまでの販売実習は、イベント的な販売体験や勤労体験で終始していた。そこには、イベントを成功させるという成就感や成功体験は得ることができるが、商業人としての必要な創意工夫、チャレンジ精神、向上心の育成には物足りなさを感じていた。

そこで、知的財産教育を導入することで学習指導要領にいうところのビジネスの諸活動を主体的・合理的に行い、経済社会の発展に寄与する態度を育成するという目的を補完することができると期待している。

以上より知的財産教育を導入したことで、確実にバランスのとれた商業教育を実践できるようになったと感じている。それは、つぎに紹介する、授業後の生徒のアンケート調査からも伺うことができる。


平成20年度オリジナルうどん

- 「商品開発というのは、ただ単に商品を開発して終わりではなくて、どうしたら新しい商品を受け入れてもらえるのか、どのような売り方で売るかなど経営戦略もしっかり考えなければならないことがわかった。それと、ずっと同じ物を売っているだけでは売上が伸びなくなってくるため、商品開発というのは大切なものなんだと思いました。」　(R. N)
- 「商品化するまでには、いろいろ大変な工程があることがわかったし、名前やデザインは大事だということがわかりました。」　(N、K)
- 「講演会で印象的だったことは、「奥蝦夷白雪」というネーミングは、仮に付けたものだったが、新聞やテレビで報道され、今更変えられなくなってそのままであるという話だった。普段何気なく買い物をしているけれども、実はネーミングやパッケージから消費者に与える印象というのは、とてもすごいことがわかった。」　(R、K)
- 「思っていた以上にうどんを企画するのも、販売するのも大変で、難しいものだとわかりました。良い経験だと思う。」　(M、O)
- 「下川の手延べうどんに付加価値をつけるならば、パッケージと内容だと思う。パッケージは見栄えが良く、内容はメインの食材にもっとコストをかけるべきだと思う。そして私はオリジナルうどんで高級感を出す工夫をしたいと思う。」　(A、O)
- 「最近は質より量の時代から、量より質の時代になってきて、高級化された物や質の良い物に人気が出ている。高級感を与えるネーミングとは何かじっくり考えたい。」　(M、K)

このように概ね良好な感想が寄せられている。この感想からテキストを活用した理論的な学習、商品企画、販売実習会における企画商品販売、創作商標のアンケート調査などの様々な体験が相乗的に教育効果を発揮しているものと考えている。

Ⅳ　おわりに

地域に根ざした特色ある教育活動として知的財産教育を取り入れることは生徒の自己実現や人間的成長を促すことが期待できる。また、この取り組みは地域の特色や良さを積極的に情報発信することも可能となるため、地域の活性化に協力できるものである。

しかし、そこに全く問題や課題が無いわけではない。実習プログラムの作成方法、知的財産権に関する教員の研修、実習室の確保等を検討し、改善しなければならない。

質疑応答および講評（要旨）

阿部教諭に対する質問と回答

（質）女子生徒が入学したことによって生じた具体的な問題、また、その問題解決のための取り組みについて教えてほしい。また、女子生徒の進学希望が少ないという内容であったが、本校は、逆に就職者が少ない状況である。進学が少ない背景と、女子の就職先の確保における具体的な苦労話など聞かせてほしい。（大阪　大商学園　山根教諭）

（答）平成18年度から男女共学化が始まり、今年度、1年から3年まで女子生徒が入った完成年度である。初めて卒業生を送り出すので、我々も緊張感を持っているところである。県内の学校の動きも、男子校・女子校がすべて男女共学化へと、ここ数年間の間でほとんどの学校が移行している。

女子生徒が入学したことによって生じた具体的な問題は、マナー教育、身だしなみや所作の指導が、男子校では、結構力強く進めることができたものが、女子が入ったことにより、教員の方も、その指導のあり方について戸惑いを隠せなかった部分があった。また、そのほかに、部活動の設置、施設設備の問題等も挙げられた。部活動については、委員会を設立して進めていったが、活動場所や、部室等が問題になっている。多くは新しい施設設備が男女共学化に向けて改装され、解消した。また、進路の希望の多様化に向け、介護福祉系の実習なども行える施設設備も校内に設置した。進路の問題は、ＯＢ会、同窓会といった先輩方の支援や校内に進路支援委員会などを設立して、企業訪問等取り組みを行っている。女子の進学希望が少ない背景は、事務系の職業につきたいと希望して本校に来た生徒が多く、大学への希望者は少ないという現象が出ている。今後、カリキラムや、高大接続の方の事業において、女子生徒向けの授業を開設するなどの環境をつくっていく取り組みを行っている。就職の際には、初めての卒業生が、希望の就職先につけるように願っている。

竹村教諭・安藝教諭に対する質問と回答

（質）生きがい教育とあったが、そこから生み出された具体的な成果、またはその兆し、変化等を教えてほしい。（東京　第五商業　高階教諭）

（答）成果というのは、これからの彼らの人生を見ていくというのが一番になろうが、発表の中では触れることができなかったが、設立当初は、簿記のできないあほな集団であるという思いを持っている生徒や、勉強は苦手だけれどもスポーツなら頑張れるという集団を、どう高めていったらいいかということが事の始まりであった。コースの選択は2年生から始まる。この選択のもととなるのが1年次の1月全商簿記検定で、2級の成果に基づいて割り振りをさせるように、意図的ではないが、必然的になっている。2級に合格した者は、その上の会計コースへ、また進学したい者が経営コースへ進んでいく。合格しなかった者が実践コースに残る。その中で、我々は、ＯＡ集団にするための取り組みを進めていき、野球部や各クラブのキャプテンを間近に見ていくことによって培われていくリーダーシップというものの相乗効果が生まれてきた。その中で、クラブ活動とは離れた運動会の取り組みや、障害者支援活動が出てきたこと、また、学業面においても、低レベルの時期もあったが、それが徐々に伸びてきて、成績優秀者や1級資格取得者も出てきたことなどが、ＯＡ集団になりつつあるという成果だと思っている。進路の面で、自分を売り込むネタというわけではないが、そのような体験の話ができ、進路を切り開いていくといったことも今進んでいる。理学療法士の専門学校などハードルが高いと思っていた学校にも入ることもでき、その学校で今トップクラスにいる。最初、下のグループだと思っていた子どもたちが、卒業レポートに自分の実践コースを誇りに思うといった感想を書いてくれるようになった。進路選択に当たって明確に、私はこういう道を進む、この道に進みたい、特に人とかかわる仕事につきたいといったことが出てきた。商業（ビジネ

ス）という道とは若干それるが、人から「ありがとう」と言ってもらえるような人生にしていってくれるのかが成果だと思っている。

高羽教諭・中村教諭に対する質問と回答

（質）1学級ふえた経緯と、その対応について教えてほしい。　（東京　芝商業　本多校長）

（答）1学級ふえた経緯は、児童数が増加し、元気な愛知、その中心である名古屋で入りたい学校、競争倍率が高く、本校に進めない中学生が多数おり、そういう子たちを少しでも本校に招き入れて指導をしていきたいという意向で、商業高校としては1クラス、今の時代からすると珍しいが、増加した。その対応は、新校舎（平成8年築）のときの体制が8クラス体制だったので、施設設備に関しては8クラス体制で運営できる。ただ、パソコンは300台、1クラス増えたので、320名の生徒が学習するので、1人1台という条件が外れ、現時点では教育委員会に1クラス分の予算設備充実を要望している。本校では、夏休み、2年生全員に実施するインターンシップ（120社）は、本校の教員が全員巡回指導をする。教員の体制は、その巡回指導をする教員の数が不足する。また、1クラス増えるので事務職でのインターンシップ受け入れ企業の数が足りないことが課題である。

佐藤教諭に対する質問と回答

（質）知的財産教育の実践研究の取り組みとこの実習プログラム作成に当たって苦労したことなど、教えてほしい。　（東京　第五商業　高階教諭）

（答）実習プログラム作成は、正直、いまだに苦労している。必要性はわかるが、どのように導入していいかわからないという悩みの中で、いろいろ工夫をしてきている状況だが、まずは必修で、全員で勉強できる内容を考えることがポイントになってくる。教室でみんなでできるもの、もしくは、そのクラスを3等分などに分けて、全員で勉強できるものをまず見つけなければいけないというところに非常に苦労した。もう一つは、学校での学びと世の中、社会での出来事を結びつけるような実習を持ってくること。私は、花王の担当者に勉強させてもらったが、実際の企業が商品開発をするときにも、すぐ商品化せず、モニターというような形で、いろいろアンケートや情報を収集して、改良を加えて市場に出すシステムになっているそうだ。であれば、情報を収集し、次の改良につなげるという実社会で行われていることを少しでも授業に取り込んでいきたいと考え、世の中の動きを研究した。次に苦労した点は、地域との連携方法である。直接、企業に足を運んで相談したり、企業に電話して講師の依頼を頼んだりと直接交渉した。生徒にとってもプラス、地域にとってもプラスになるように実習を組んでいかなければいけないというのが非常に重要である。販売実習でも、外部講師などでお世話になった分、既存の地域のうどんと一緒に箱入りで販売したり、報道等をうまく活用させてもらって地域の商品をアピールしたりといった、学校が地域にお返しができるようなプログラムづくりに工夫をしている。私が非常に助けられているのは、本校の先生方の理解があるからである。学校の先生方の理解がないと、やはり厳しいと思う。検定指導や部活動で忙しいので、新規にこのようなことをやって効果があるのかというふうに言われてしまうと先には進めていけない。しかし、先生方も一緒になって取り組むことで、生徒の生き生きした効果や、生徒が変わっていく姿もわかってもらった。それで、今は先生方みんなの力添えで、組織的に商品開発、知的財産教育ができるので、私にとっては非常にプラスの部分だと思っている。もし先生方が、実践されるのであれば、地域の発明協会は非常に情報を持っているので、そちらにコンタクトをとるといいと思う。かなり多くのノウハウもあるし、報告書も作成されているので、一度ご相談されてはいかがかと思う。また、外部講師で多くの先生方が頼られているのはルイ・ヴィトンです。ルイ・ヴィトンは、お願いすると偽物のバッグなどを持って講演してくれる部署もある。そのような実際の企業の知財の組織に問い合わせをするのも一つだと思う。

西村指導講師の講評

それでは、4校の先生の発表を聞かせていただいた感想を述べさせていただきます。本当に忙しい中、4校の先生方には、中身の濃い立派な研究発表をしていただき、大変ありがたく思っています。これをきっかけに、いろいろな学校で商業教育の充実に向けた取組が進むと思っています。

まず、宮城県の石巻商業高校の阿部先生の発表については、中教審答申の行間に込められた考えを深く読み取り、そして教育課程の試案を作成されているので、大変ありがたいと思っています。毎年、私どもで全国の商業科の教育課程表をいただいています。今年度についても、各都道府県の教育委員会にお願いをして、8月末までに報告いただくことになっています。その教育課程表を見て、少し気になることがあります。それぞれの学校の生徒の状況に応じて、かなり選択幅を広げられた教育課程を組まれている学校がたくさんあります。これは個に応じた教育ということで、大変すばらしく、意義のあるものです。ただ1つ、教育課程表を見て、これは果たして何科の教育課程なのかがわからない学校もあります。それは、選択幅を広げるから見えなくなっていると思います。教育課程を編成するときには、まず、その学科の目的をしっかり押さえて、そこで軸をつくっていただきたい。まずは選択のない教育課程を組み、それに選択を付け加えるような、そういったプロセスを経て教育課程を組んでいただけると、選択幅を広げてもきちんと学科の特徴があらわれた教育課程になります。次の学習指導要領については、17科目が20科目になると中教審答申に出されています。小学科やコースの特色をしっかり出せるような科目構成になっているわけですが、逆に言うと、それぞれの小学科、コースの特色を出さなければいけない、それが求められているということにもなるわけですので、そういったこともご留意をいただきたいと思っています。

高大接続に関して、これは高大連携ではなくて接続と言っているところがポイントだと思っています。大学から講師を招いて、より高度な検定試験対策などに取り組まれているという学校は、たくさんあります。それでは接続にはならないわけです。それは単なる連携ということになります。そうではなくて接続だというところがポイントです。昨年の3月に商業科を卒業して大学・短大に進学した者の割合は、24.1%となっています。農業科が13.9%、工業科が16.8%ですので、それに比べて商業科から大学・短大に進む生徒の割合は高い状況にあります。したがって、商業高校からの進学指導のあり方は、しっかり考えていかなければいけないと思っていますが、単純に進学対応するということであれば、専門科目の単位数を減らせば、確実に受験対応ができるということは、はっきりしていることです。ただ、本当にそれでいいのかという疑問があります。単に専門科目の単位数を減らせばいいということを突き詰めて考えていけば、それだったら商業科ではなくて普通科にしてしまえばいいという結論になることは、はっきりしていることです。ですから、商業高校からの進学指導のあり方というのは、普通高校の進学指導のあり方とおのずと違ったものになるはずで、また、そうしなければいけないと思っています。大切なことは、専門教育を生かして進学をするということだと思います。加えて、単に入り口論議だけではなく、大学進学後に、商業高校を卒業したということの優位性をいかに担保するかをしっかりと考えていく必要があるのではないかなと思います。高校3年間、普通科の高校生に比べて専門教育を早くスタートしているわけです。必ず大学に入ってからもその優位性は発揮できるはずです。ですから、高校3年間と大学4年間の、7年間のカリキュラムということを考えていく必要があると思っています。そういった意味で、高大接続という、このキーワードは大切なものと思っています。

続いて、高知商業高校の竹村先生、安藝先生の研究発表についてです。発表の冒頭に、高知県は商業教育の後進校という話がありましたが、それは恐らく先生の控えめな人柄、奥ゆかしさのあらわれなのだろう、決して後進校ではないのだろうと思っています。高知県の高校生のうち、7.2%は商業高校に学んでいます。ですから、この7.2%の商業科の生徒に、高知県の先生方は責任を持たなければいけないということです。商業に学ぶ生徒が誇りを持って高校生活を送るためには、商業を担当する先生方が商業教育に自信を持って日々教育に努める、教育を行うということが大切なことだと思っています。こ

の7.2%の生徒に責任を持つという、そういったことを常に念頭に置いていただければと思います。

企業が求める力についての発表もありました。第1位は対人コミュニケーション力、第2位は積極性ということでした。いろいろな団体が調査をし、どの調査も同じような傾向が出ています。コミュニケーション能力や積極性というのは、極めて大切な力だと思います。ただ、商業教育としては、それだけでは決して十分ではないと思います。コミュニケーション能力や積極性というのは、商業高校でなくても育成できます。そういった力を育成することは、商業高校としては当然のことであり、加えて、商業高校として何ができるかということを考えていかなければいけないと思っています。ですから、そういったコミュニケーションや積極性という、ある面、人間性というか、そのマインド的な部分に加えて、しっかりと商業高校として、商業科として、知識や技術をしっかりと身に付けさせる必要があります。

また、「課題研究」や「総合実践」の内容についても発表がありました。改めて教科「商業」の目標、「総合実践」や課題研究」の科目目標に照らして、どのような内容の授業を行うべきかということについても、確認していただきたいと思いました。

また、インターンシップについては、受け入れ事業所と生徒の希望のミスマッチがあるという話もありました。これについて、私はミスマッチがあってもいいのではないかと思います。生徒が希望しないところに生徒が行って、いろんな仕事を体験してみるということも、また意義のあることではないかと思っています。どうしても高校生の就職希望先というのは極めて狭く限定された範囲になっています。もっといろいろな仕事に目を向け、自分の可能性というものをいろいろな場面で発見する、そういう機会を与えることも必要なのではないかと思いながら話を聞かせていただいていました。

名古屋商業高校の高羽先生、中村先生のご発表についてです。まず、プレゼンテーションのすばらしさに圧倒されてしまいました。思わず話に聞き入ってしまいました。先生の発表の最後に、名古屋商業高校が母校だという話があったと思います。やはり商業高校で学ばれた先生の発表はすばらしいと、改めて商業教育のすばらしさ、大切さというものを、本当に認識をしたところです。そう思われた先生も多かったのではないでしょうか。

発表の中に、国際経済科、情報処理科、商業科、それぞれの学科の担当の先生の写真が入っていました。それぞれの先生方の役割をしっかりと決めているのだろうと思いました。この先生は国際経済科の教育内容をしっかりと責任を持って組み立てていく、こちらの先生は情報処理科の教育内容をしっかりと考えると、要するに責任体制が明確になっているということ。それが、発表にありました、すばらしい実践に結び付いているのではないのかと思ったところです。

愛知県は全国的に見ても商業教育の盛んな県です。開会式の話の中にも若干触れましたが、商業高校、商業科に学んでいる生徒数は、愛知県が一番多くなっております。愛知県、さらにはその隣の岐阜県、ここが日本の商業教育をリードしていると言っても過言ではないぐらいに思っています。先日、全商の簿記コンクールがありました。今年度が24回目で、団体優勝は愛知県が6回、岐阜県が15回。情報処理競技大会は今年度が20回目ですが、団体優勝は愛知県が7回、岐阜県が8回となっています。本当にこの東海地域というのは商業教育が盛んなところで、その中心になる愛知県の名古屋市、名古屋商業高校が、その中で大きな役割を果たしているのだろうと思っています。「入れる学校から入りたい学校へ」という話がありました。まさに商業高校の理想だと思います。学級増にもなったということです。どの地域でも、商業高校の数が減っているという大きな悩みがあるわけですが、それとは反対に、増えたということです。なぜ増えたのかということは、今日の発表を聞かせていただいて、その理由がわかったような気がしていますし、また、先生方もそうではないかと思っています。

今後、ささしまライブへの参画を計画をされているという話もありました。これも、ぜひうまく実現できればいいと思っています。単なる企業と連携した取組は多くの学校で行われています。その連携というのは、学校が企業にお願いして、例えば商品開発をするから協力してくださいという、そういった連携は多いのですが、恐らくこのささしまライブへの参画計画というのは、これは企業と対等の関係で

高校生がそういったものに携われるように、考えられているのではないのかと、話を聞いて、また資料の新聞記事を見させていただいて思いました。これまでの連携とは一味違った取組になることを期待しています。

下川商業高校の佐藤先生のご発表についてです。下川商業高校は、北海道でも先駆的に地域と連携した商品開発に取り組まれている学校です。私も昨年まで、毎年６月に、札幌の大通公園のところにある丸井今井デパートで行っている販売実習を見させていただいていました。毎年のように道教委の教育長も見に行っています。生徒が生き生きと活動しているすばらしい取り組みだと、いつもながらに思っていました。

知的財産教育ですが、知的財産を侵害してはだめということを教えることはとても大切なことです。しかし、商業教育として、そこでとどまってしまったのでは、十分とは言えません。下川商業高校の取組は決してそこでとどまっているものではないと、発表を聞かせていただいて思いました。商業教育としては、知的財産を考案して、それを活用してビジネスを展開する、そこまで実践をしなければいけないと思っています。商品開発に伴って、知的財産を登録する学校が幾つかあります。確かに知的財産を登録するということも大切なことです。しかし、登録してそれで終わりということではいけないと思います。登録して終わりということであれば、それは、その登録の手続を学んだということにはなりますが、それ以上のものにはなりません。ですから、一歩進めて、登録したことによって、それをどうビジネスに活用するかというところまで生徒たちに教えていく、また、実践させるといったところが今後の知的財産教育のポイントになると思っています。商品開発については、たくさんの学校で行われていますが、一時的なイベント的なものではなくて、継続的にその商品が多くのお店で販売される、そういった取組にしていく必要があると思っています。

４校の発表を聞かせていただいて、それぞれの地域の特色を生かして、果敢に商業教育の充実に取り組んでいる姿勢というものを強く感じることができました。大変心強く思っておるところです。

私は、この４月に文部科学省に行きまして、とても驚くことがたくさんあります。一番驚くのは、商業教育に対する見方は想像以上に厳しいということです。普通科志向と言われているわけです。それぞれのどの都道府県も、そこで商業高校、商業教育をどう大切に守っていくかというところで悩んでいる状況にあるわけですが、職業学科に学ぶ生徒の割合というのは、そんなに下がっているわけではありません。この約10年間の数値を見ますと、農業科や工業科などについては、全高校生に占めるそれぞれの学科の生徒数の割合は、ほぼ横ばいです。ところが、商業科は下がっています。平成７年に商業科の割合は9.5％でした。ところが、平成19年には6.9％に下がっています。平成11年には工業科に抜かされたという状況にあります。そういった面で、職業学科の比率が下がっているのは、実は商業高校の比率が下がっているからということになるわけです。そういった面で、大変厳しい状況になっていると思っています。

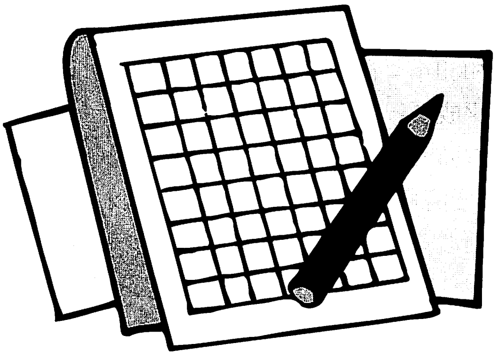
文部科学省や国立教育政策研究所で、幾つもの研究指定事業を行っております。商業高校から多くの希望を出していただいています。大変すばらしいことでもありますし、また、大変うれしいことだと思っています。希望を出される学校は、その事業をきっかけにして新たな取組を始めようという、そういう意欲の高い学校だと思っています。しかし、希望調書を読むと、商品開発の取組が圧倒的に多くなっています。商品開発は大切なものです。次の学習指導要領でも、「商品開発」という科目を設けることになっています。しかし、それだけでよいという状況ではありません。以前の商業教育が教室の中で模擬的に取引実践をしていたことを考えると、商品開発というのはすばらしい取組で、商業教育の軸が実際の経済活動に移行したという点で、大変意義のあることだと思っています。

しかし、実は何年も前に、「商品開発」に続く次の一手を考える時期が来ていたのです。そこをしっかりと認識することができていなかったと思います。「次の一手を打つ」、これを今年の全国商研にしたいと思っています。

流通ビジネスと国際経済を協議する第1分科会は商品開発の次に目指すもの、簿記会計の第2分科会、経営情報の第3分科会は専門性を高めること。専門性を高めるということは、イコール、難しい内容を指導することではありません。社会に出てから必要で役に立つもの、かつ、商業科でなければ指導できないもの、これが専門性の高いものだと思っています。簿記会計の専門性を高める、経営情報の専門性を高めるための指導内容は何か、そういったことをぜひ協議をしていただきたいと思っています。課題研究や総合実践などの第4分科会につきましては、研究協議題にもなっていますが、実践的な力を高める総合実践の指導法、これを協議していただきたいと思っています。それぞれの科目の中でいろいろな実践が取り入れられているわけです。その中にあって総合実践の指導はどうあるべきかということが、大切なテーマではないかと思っています。

先ほどの開会式のあいさつでも申しましたように、すばらしい発表を聞くということは、これは大切なことです。しかし、よい発表を聞いただけで終わっては意味はありません。よい取組を聞いたら、それを自分の学校で取り入れる方策を考えることが大切です。よい取り組みであっても、足りないものは必ずあると思います。どうすればさらによくなるかということも、発表を聞きながら考えてみるということも必要です。何年か先になって、商業教育の大きな転換点は20年度に札幌で行われた全国商研大会だったと言われる、そういう研究大会になることを期待しています。

以上で講評とさせていただきます。



3．分科会研究発表

第１分科会

即戦力になる社会人育成を育てるために

― コミュニケーション能力の育成を目指して ―

北海道札幌東商業高等学校　教諭　佐藤雅人
〃　教諭　節引文彦

Ⅰ　はじめに

商業を学ぶ目的の一つに、「ビジネスの基礎・基本の能力」を身に付けることがあげられる。「ビジネスの基礎・基本の能力」は、豊かな人間性、ビジネスの理解力と実践力、創造性という３つの能力と捉えられている。自ら課題を見つけ、自ら学び、自ら考え、そして主体的に判断し、行動し、問題を解決するなど、生徒が将来関わるビジネスを実践するための能力とされている。と同時に、スペシャリストを目指して生涯にわたり、学び続けるための基礎・基本となる能力とも言われている。

また、豊かな人間性とは、望ましい人間関係の形成や社会生活上のルール習得などの社会性、社会の基本的なモラルや倫理観など、ビジネスの諸活動を遂行するために必要な資質とされている。

特にビジネスにおける諸活動は、主体的かつ合理的に仕事を進めることが必要である。円滑に作業を進めるためには、コミュニケーション能力を身に付けることが必要不可欠である。より良い人間関係、スムーズな人間関係がなければ、効率的に仕事を進めていくことはできない。

企業の方から、最近は高校を卒業したばかりの者はあいさつがきちんとできず、社会人としての常識がないということをよく聞かされる。そこで、企業の要望や期待に応え、「即戦力」として活躍し、「地域の担い手」となる生徒を育てるためには何が必要なのか、何を教えるべきなのか、原点に還って指導方法を検討することになった。

平成18・19年度の２年間、国立教育政策研究所の指定を受け「コミュニケーションに関する学習の実現状況の把握と指導の改善」の調査研究を実施することができた。

ビジネスの世界において円滑にコミュニケーションを図ることができる能力と態度を育てることは、わたしたち商業科教員の大きな責務であると考え、科目「ビジネス基礎」の中に「コミュニケーション」という章をおこし、調査研究を実施した。

この取り組みを基に、今回は３年間の系統立てた「コミュニケーション」指導を計画し、「即戦力となる社会人を育てる」ために各学年で取り組んでいる実践報告をする。

Ⅱ　学校概要

校訓「公正・善意・信頼」のもと産業人として産業の発展に貢献する有為な人材の育成を目指し、取り組んでいる。

昭和39年４月１日、商業科５学級で開校し、昭和46年４月から、８学級となった。平成11年には、産業教育の変化に対応した教育の推進と将来のスペシャリストとなるための基礎・基本的な知識と技術を持つ人材の育成を目指し、４学科（流通経済科、国際経済科、会計ビジネス科、情報処理科）に学科改編した。

特色ある教育活動として、インターンシップは平成17年より２年生全科で実施しており、今年度からは高大連携を実施している。

また、本校は、北海道における商業部会長校を始めとして、校長会商業部会長校、全商連絡理事校、全商北海道検定委員会を抱えており、商業科の先生方は、いずれかに所属し、北海道の商業教育発展のために積極的に取り組んでいる。

ＰＴＡや後援会の活動も活発でいろいろな取り組みをしていただいている。昨年の11月からは、イルミネーションとクリスマスツリーを飾り、３月にはひな壇を飾って卒業式を迎え、５月には鯉のぼりを掲揚して、こどもの日を祝っている。ほかには以前から、本校の入口がわかりづらいとの意見が多く寄せられ、今年から校舎上部に校名を入れ、案内板の設置等も進めている。

Ⅲ　学力の把握指定校事業の概略

平成18、19年度に国立教育政策研究所の指定を受けた「コミュニケーションに関する学習の実現状況の把握と指導の改善」については次のような観点で進めた。

１．調査研究のねらい

本調査研究においては、(1)「コミュニケーション能力」の育成を効果的に行うため、指導内容について検討するとともに、教材の改善・充実を図る。(2) 状況に応じて他者と適切にコミュニケーションを図ることができるよう、ビジネスの場面を想定したロールプレーイングやケーススタディなどの体験的な学習を多く取り入れるなど、指導方法の改善・充実を図る。(3) 学習の実現状況を適切に把握できるよう、評価規準を作成するとともに、評価に用いる確認テストやレポート課題等の改善・充実を図る。の３点を研究のねらいとした。

２．指導内容と指導上の留意事項

指導するにあたり、指導者側が、まずコミュニケーションとして必要なことは何か、コミュニケーションの基礎となることは何かを考えた。

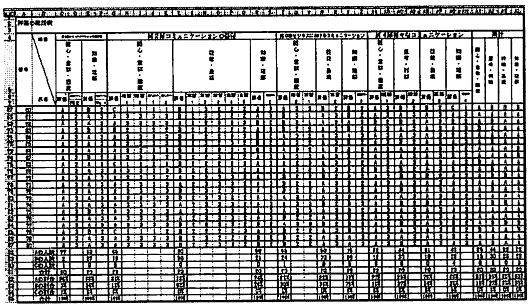
コミュニケーションは、人と人をつなげるために大変必要なことである。人と人とが、意志を伝えあうために「聞く」「話す」「伝える」の３つが基礎となる。この３つの要素の重要性を考えさせ、普段なにげなく行っていることも、その能力に磨きをかけていくことがより良いコミュニケーションを築くために必要であることを気づかせるような指導を行った。

「生きる力」の基礎となり、生活する上で必要不可欠な「話す力」や「聞く力」を育成し、「伝える」ことをできるようにし、さらに、それを発展させ、ビジネスの場面で円滑にコミュニケーションができる生徒の育成が必要である。

指導にあたり、「コミュニケーションの重要性」「コミュニケーションの基礎」「ビジネスにおけるコミュニケーション」「様々なコミュニケーション」の４本を柱とし、その指導内容と指導教材を考えることにした。指導内容から考え、オリジナルテキストと教材も作成した。

３．判断基準の作成と評価の総括の工夫

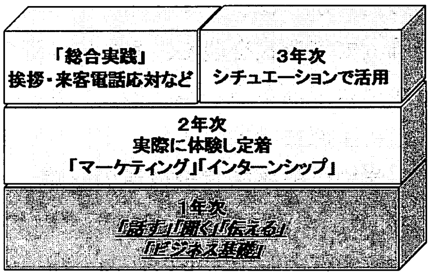
評価の客観性を高めるため、単元ごとに、評価方法を具体的に示した「評価のための判断基準」を作成した。また、評価の総括については、評価Ａを３点、評価Ｂを２点、評価Ｃを１点として換算し、観点ごとに評価の平均値を計算して、2.5点以上を評価Ａ、1.5点以上を評価Ｂ、1.5点未満を評価Ｃとすることとし、これを簡便に行うことができるよう、表計算ソフトウェアを用いて「評価の総括表」を作成した。



商業教育においては、基礎的・基本的な知識・技術を習得させ、それを発展的に活用できるよう学習活動を充実させることが重要である。こうしたことから、本調査研究では、あいさつの仕方、話し方、話の聞き方などのコミュニケーションに関する知識・技術を習得させるため、本校独自のテキストや確認テスト、課題などを作成し、ビジネスの場面を想定した演習を多く取り入れるなど、指導の工夫・改善に取り組んだ。

学習の実現状況の分析から、本校生徒は「コミュニケーション能力」を高めることへの関心・意欲は

高く、コミュニケーションを円滑に行うための基礎的な知識は理解していたが、状況に応じて適切に判断して行動することについては、更に指導内容に改善を加え、指導する必要があることを実感した。そこで、今年度は、1年から3年まで、それぞれの授業を系統立てた実践的要素を多く取り入れ、いろいろな場面での対応ができるような実技演習を多く取り入れる指導を試みた。

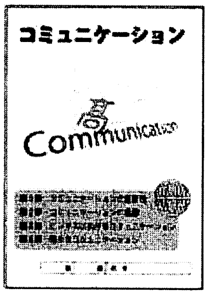


Ⅳ　1年－ビジネス基礎での指導

コミュニケーション不足という言葉は、現在の社会ではいろいろな事件の背景にでてくることばである。コミュニケーションに対して、関心を持ち、それを研究する意欲や態度を高校1年生の最初に身につけさせなければならないと考える。

本校では、1年の「ビジネス基礎」において、「商業ガイダンス」を実施しており、その中で、あいさつやビジネスマナーについて少し触れている。今年も、「商業ガイダンス」を行ったあと「コミュニケーション」を行ったため、コミュニケーションは9時間の設定で実施した。本来、「コミュニケーション章」は15時間で設定してある。ビジネスの基礎の基礎となるコミュニケーションの指導に対しては、時間を惜しんではならないと考える。

「ビジネス基礎」は、ビジネスに関する基礎的な知識と技術を習得させ、経済社会の一員としての望ましい心構えを身に付けさせるとともに、ビジネスの諸活動に適切に対応する能力と態度を育てることが目標である。より専門的な学習への動機付けとしてまた卒業後の進路についての意識を高めさせることが大切である。



今年度、1学年全クラス、学科ごとに共通で、「コミュニケーション」をビジネス基礎の最初に実施した。前述したように「商業ガイダンス」を実施しているため、重複する部分は割愛し、実施時間を絞って実施した。

1年生では、あいさつの大切さや、他人と交わすコミュニケーション能力をどのように身につけさせるかを重点目標とし、その指導のため、本校が作成したテキストを利用した。小テストや実技演習などから、おおむね基本的な部分については理解したと考えられる。

Ⅴ　2年－インターンシップでの取り組み

「インターンシップ」は、学生にとって学校の中だけの勉強ではよくわからないことが就業体験を行うことで理解できるようになる良い機会であると考える。

本校では、平成14年から2学年全クラスで4日間のインターンシップを実施している。平成12年から流通経済科が先陣をきって取り組んでいたが、平成15年から教務部が中心となりインターンシップ委員会を立ち上げ、商業科としてではなく、学校全体の取り組みとして実施するようになった。

本校のインターンシップの目標は、(1)実践的ビジネス知識とマナーを習得する(2)販売に関する技術や事務管理のあり方を理解する(3)働くことの意義や喜びを体得する(4)自分の進路選択や人生設計の基盤つくりの機会とする、である。

全体の取り組みとしては、UHB（北海道文化放送）のアナウンサーを講師に迎え、社会人として大切な心構えについて講演をいただいている。また、学科の取り組みとして、それぞれ科の特徴にあった準備を行っている。流通経済科では、グランドホテルやアークスグループの方の講演を始めとして、実技講習、包装実習を行い、インターンシップに臨む。終了後、それぞれが体験したことをグループごとにまとめ、1年生の流通経済科を対象に発表会を行い、次年度への意識固めを行っている。

Ⅵ　3年－総合実践を通しての指導

「総合実践」は小売業に関する仕入取引や販売取引を中心に売買に関する実践的な学習を行う科目であるから、対人との応対能力が大切である。

今年度より、「総合実践」の前半は、全学科共通で接遇・あいさつの基本を指導し、就職・進学の面接にしっかりと対応できるような授業体制にした。特に社会に出て「即戦力」となるためには「コミュニケーション能力」が最重要となり、科目「総合実践」の大きな目標にもなる。様々な実技演習を取り入れ、ビジネスマナーを中心に、コミュニケーション能力を育てる指導を試みている。

そのためのきっかけとなる「コミュニケーションゲーム・協働ゲーム・協力ゲーム・チームワークゲーム・印象交換ゲーム」は相手をどのように理解し、協力しあい作業を行うためにはどのようなことに気をつけなければ行けないか、を理解させるためのきっかけになると考える。
また、本校の設備を利用した特徴的な実技演習として、エレベータを利用した誘導案内や応接セットで会社受付応対などを実施している。

これらのビジネスゲームや実習を体験することで、生徒は頭の中で理解していることを、実際に体を使うことで経験値を高めることができる。

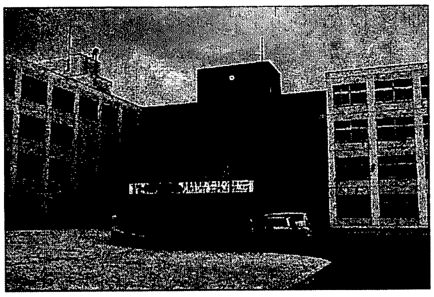
Ⅶ　進路への期待

本校の就職希望者は約40％であり、進学希望者が半数を超えるようになった。しかしながら進学はしてもその先必ず就職することになるため、それらも見据えた指導を行っている。
本校の就職内定率は、学校斡旋希望者は100％である。進路指導については、従来から充実した指導を行っているが、今年度の3年生（流通経済科、国際経済科）が「コミュニケーション」の章を受けた最初の学年である。この生徒たちが3年間の系統立てた指導をしっかりと理解し、実際の進路に役立ててくれることを期待したい。また、進学を希望している生徒にとっても、推薦面接や将来就職活動を行う際に、「コミュニケーション」で学んだことをしっかりと活用してくれることを願っている。

Ⅷ　これからの課題

生涯学習の基盤となる「生きる力」は、「自分で課題を見つけ、自ら学び、考え、主体的に判断し、行動し、よりよく問題を解決する資質や能力」であり、「自らを律しつつ、他人とともに協調し、他人を思いやる心や感動する心など、豊かな人間性である」ことと言われている。ただ単に、先生から生徒へ知識を伝えるのではなく、「思考力・判断力・表現力」や「学習意欲の向上や学習習慣」といった、生きていく上で欠かせない能力や資質をつけさせることが要求されている。

その一つとして「コミュニケーション」能力の育成は大変重要なことと考える。これからの高校生とくに商業（ビジネス）を学ぶ生徒の基礎・基本としてより良い指導を行う必要がある。



研究指定校として、「学習の実現状況の把握」という研究を行い、生徒の学習の実現状況を数値で見ることができた。「新しい学力観」が叫ばれて久しいが、私たちが生徒を評価するとともに、私たち自身が、生徒の学習把握の度合いを測り、より良い授業をおこなっていくことが大切である。

近年、夢を育めず、人間関係を作れないことに起因する悲惨な事件が後を絶たない。「生きる力」は「確かな学力」の育成の上で成り立つものであり、変化の激しい現代社会では、どのような場面であっても他と協力しながら、自立的に社会生活をおくっていくために必要な力でもある。

「コミュニケーション」能力を高め、生徒一人ひとりが「他に役に立つ喜び」や「感動を呼び起こさせる」ことを実感し、高校を卒業してすぐに就職する生徒だけでなく、さらに上級の学校へ進学した生徒にとっても、就職先で「即・戦力」となれる能力を持った社会人を育てることがこれからの私たちに課せられた使命であると考える。（参考文献　商業科教育法－21世紀のビジネス教育－　吉野弘一著）

国際マーケティング

― 東京都立荒川商業高等学校　模擬株式会社「レガロ工房」の取り組み ―

東京都立荒川商業高等学校　教諭　久　保　静　生

Ⅰ　はじめに

東京都立荒川商業高等学校は、東京都の足立区にあり、東京都に唯一存在する路面電車（通称：都電）の小台（おだい）停留所から徒歩７分の所にある。また、ＪＲ山手線の田端駅も最寄駅である。

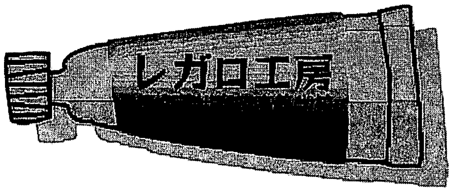
平成20年度で創立49年目を迎え、この間、１万５千人を超える卒業生を社会に輩出し、卒業生は、地域の産業を支える働き手として活躍しており、高い評価を得ている。現在は、１学年６クラス、３学年あわせて18クラスで約600名の在籍数である。

平成14年度から商業科と情報処理科を発展的統合し、総合ビジネス科が設置している。そして、全員の生徒が、模擬株式会社「レガロ工房」（レガロとはイタリア語で「贈りもの」の意味）の社員になっている。社員である生徒は、２年生になると５つの系列（デザイン、マーケティング、情報、会計、ビジネス）から１系列を選択し、それぞれの系列のなかで、専門的かつ実社会のなかでの学習をしている。デザイン系列やマーケティング系列をはじめとした各系列における学習は、荒川商業高校の特長となっている。なお、平成18年度から、文部科学省の目指せスペシャリスト「(スーパー専門高校)」に指定されている。また、本校は児童・生徒が力強く人生を生きていくうえで必須の基礎的能力「読み・書き・そろばん」のうち、「そろばん」を通じて基礎的能力育成に寄与することが商業高校の使命であるととらえ、「東京都小中学生招待珠算競技大会」を開催していることも本校の特色の一つである。なお、平成20年８月２日、本校において、平成20年度第55回全国高等学校珠算競技大会が開催された。

Ⅱ　広告業界に参入する模擬株式会社「レガロ工房」とは

１.「レガロ工房」の設立

デザイン系列における実社会のなかで学習するというのは、イラストレーターやフォトショップなどのソフトを利用し、作品を制作するだけという授業内容にとどまらず、実際に、制作した作品を近隣の商店街や各企業で活用していただいたり、また、そのために、質の高い知識と技術の研究、そしてその努力と経験を積んでいくというものである。



この活動の背景には、荒川商業高校の近隣にある商店街からの働きかけもあった。地域のなかの学校という意識から、地域と学校が連携したコミュニティづくりのために、「商店街のなかで生徒に実習をしてもらい」「地域からもいろいろなことを体験させ学ばせたい」という意見があった。また同時に、地域振興につながることを商店街の方々も本校としても願っていた。

こうして、商店街の方と荒川商業高校の意志の一致から、実社会のなかでの学習が可能となっている。そして、生徒が制作した広告は、商店街の方に「良質である」と認めてもらうようになり、商店街以外の各企業からも、広告の制作依頼が増えるようになった。

しかし、制作依頼が増えるほど、問題が深刻になってきた。生徒の活動は、あくまでも授業の一環であることから、デザイン料や人件費などは無料にするという方針で取り組んでいた。つまり、無料提供してきた作品には、用紙やインク等のコストがかかっており、その費用をまかなうことができなくなってきたのである。

そこで、作品の制作にかかる原価の回収と、新事業の展開をスムーズに行うために、模擬株式会社組織にしようということになった。そして誕生したのが、広告会社「レガロ工房」である。この会社には、生徒の活動をとおして、商店街や各企業、そして最終顧客にいろいろな「贈りもの」を渡したいという願いが詰まっている。「贈りもの」はイタリア語で「レガロ」。広告会社「レガロ工房」は、こうして、設立された。

なお、「レガロ工房」は、荒川商業高校の生徒全員が社員として活動をしている。それぞれの主な役割は、次のとおりである。

1　学年：	全　　員	→	新入社員として、商業の基礎知識の習得と系列選択
2・3学年：	デザイン　系列	→	広告制作をはじめとする顧客吸引機能の企画と制作
	流　　通　系列	→	イベントをはじめとする販売促進機能の企画と調査
	情　　報　系列	→	ＰＣ利用をはじめとする情報発信機能の企画と制作
	会　　計　系列	→	「レガロ工房」の活動に関する会計報告と経営分析
	ビジネス　系列	→	「レガロ工房」の活動に関する商標登録等の手続き

出資者：同窓会、荒川商業高校 森田聖一 校長、職員

2.「レガロ工房」の活動

「レガロ工房」の主な活動は、広告、ロゴ、キャラクターなどのグラフィックデザインを販売促進政策やマーケティング活動として、企画・制作することである。

具体的な取り組みとして、店の広告(ポスター)制作がある。この場合、まず、事前に商店街のなかで交渉の承諾をいただいた店のなかから、生徒がそれぞれ飛び込みで営業活動を行う。営業活動として、自己紹介はもちろん、自分が制作した作品を見せ、その店の広告を制作するにあたっての自分の考えや技術を知ってもらうことを行っている。そして、理解が得られ制作依頼をいただいたら、その店の方と打ち合わせを重ねる。納期までに質の高い作品を制作し、店の方から感想と評価をいただくというのが一連の取り組みになっている。右図は、生徒の作品の一つである。また、「レガロ工房」のその他の活動は、商店街の街路灯を季節ごとに彩る約50枚のＰＲフラッグのデザインや商店街のオリジナルキャラクター、お祭りや各種イベントの告知看板などの制作も継続的な活動となっている。

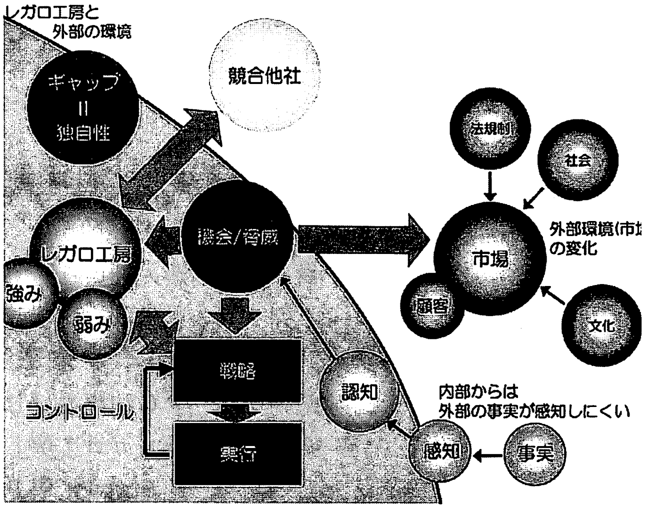
そして、質の高い作品を制作するスキルアップのために、広告のプロである広告代理店(株)電通をはじめ、各業界の方々を特別講師として招聘しアドバイスをいただいている。さらに、広告に関連する各種コンクールや検定試験に挑戦することも、「レガロ工房」の活動の一つになっている。

3.「レガロ工房」の検証

生徒は、イラストレーターやフォトショップのソフトを高いレベルで利用できる技術、そして、その技術を広告制作に生かす技法に自信がある。この技法は、授業担当はもちろん、特別講師である広告のプロからのアドバイスと、日々、生徒が広告を意識している日常生活が支えていると考える。また、キャッチコピー考案の研究も広告制作に役立っている。「レガロ工房」の評価としても、商店街や各企業の方から高評価をいただいていることや広告制作の依頼数が増えていること、さらに、各種コンクールでの入賞や各種団体の出版物等での採用をしていただいていることから、生徒の成果は実りあるものになっていると確信している。

しかし、これらの成果に満足することなく、「レガロ工房」の評価を検証しなければならないと考えた。つまり、「レガロ工房」の強み、弱みは何なのか、そして、真の強みを確立していく方法は何なの

かを考えることにし、SWOT分析を行った。



模擬株式会社「レガロ工房」の業務内容は、主に、広告制作をはじめとする販売促進政策やマーケティング活動をとおして、各企業や団体、地域や社会に貢献することである。また、地元の地域にとどまらず、日本全国、世界を視野に入れた活動を計画・実践している。

現在、世界では、国際的な人、モノ、カネ、情報のより一層の取引や移動の活発化などグローバルな競争の激化が進展している。一方では、グローバル化によって、環境問題やエネルギー問題など新たな課題も顕在化している。このような世界情勢のなかで、これからのビジネスには何が必要なのか、高校生に何を学ばせるべきなのかを研究しなければならないと考えた。日本全国、世界を視野に入れた、東京都立荒川商業高等学校の模擬株式会社「レガロ工房」の使命は何か、また、どのような意味をもって進化し、社会に貢献するべきかを考え、取り組むことが重要だと捉えた。

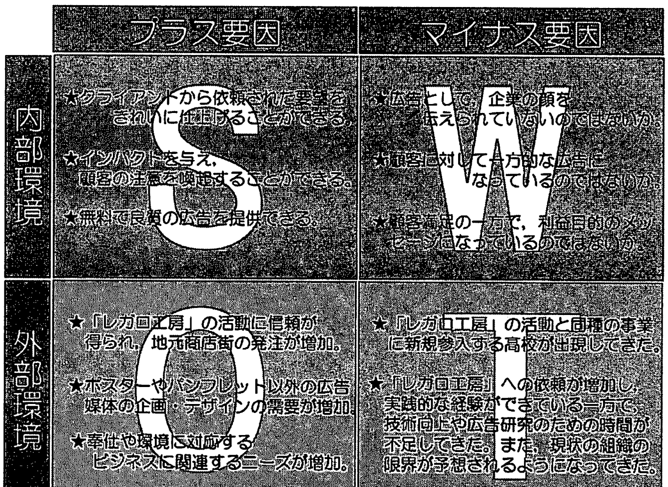
Ⅲ　模擬株式会社「レガロ工房」が果たす使命とは

1．高校生に求められる資質

広告会社「レガロ工房」を生徒に主体的に運営させ、この活動をとおし、学んだことを卒業後のそれぞれの進路に役立て、即戦力として活躍させるために、真の広告とは何か、「レガロ工房」の使命とは何かを考えさせることが重要だと考えた。そこで、まず、各業界が高校生に求める資質は何かを再調査することにした。調査には、本校から就職した企業や特別講師の関係企業の協力を得るとともに、経済産業省等の外部資料を利用した。その結果、次の3つの力が必要だということが判明した。一つ目が、「前に踏み出す力」(主体性、働きかけ力、実行力)。二つ目が「考え抜く力」(問題発見力、計画力、創造力)。三つ目は「チームで働く力」(発信力、傾聴力、柔軟力、状況把握力、規律性、ストレスコントロール力)であった。

2．「レガロ工房」の使命

SWOT分析の結果、「レガロ工房」の強みは、「広告商品への需要の喚起ができること」。



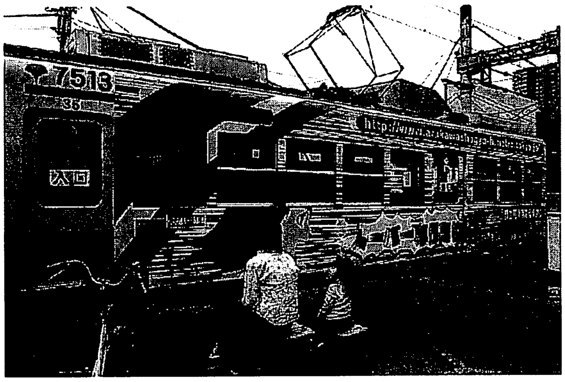
弱みとして考えられたのは、「クライアントの企業イメージの形成ができていないのではないか」であった。

一方、日本の広告業界における広告とは、どのように捉えられているのか。「レガロ工房」が広告会社として活動していくためには、広告の機能と役割が今どのように捉えられているのかを調査・研究すべきであると考えた。すると、各広告主が近年特に重要だと思っている広告の機能は、「販売促進機能」よりも、「ブランドの価値創造機能」および「企業の価値創造機能」であることが分かった。つまり、「プロモーション機能」よりも「コミュニケーション機能」としての広告が重要であるということが分

かった。

広告会社である「レガロ工房」は、広告制作をはじめとする活動をとおして、商店街や各企業の方に喜んでいただいていた。しかし、ＳＷＯＴ（スウォット）分析による「レガロ工房」の弱みと、広告機能と役割を調査・研究することで知った広告業界の情勢から、「レガロ工房」は、現状の活動に満足せず、進化していかなければならないと考えた。「レガロ工房」は、広告を「コミュニケーションとしての広告」として捉えなければならないということが明確になった。

そして、「レガロ工房」の果たすべき使命として、メッセージの送り手である企業側の「意図するメッセージ」を、「それを真に求める相手（顧客)」に、「正しく提供する」ことであると考えた。つまり、単に顧客を注目させるための究極の方法を手段とせず、企業の顔やパーソナリティが分かるようにし、そのパーソナリティと企業側の意図するメッセージに共感する相手（顧客）を企業と出会わせることが使命だと考えた。

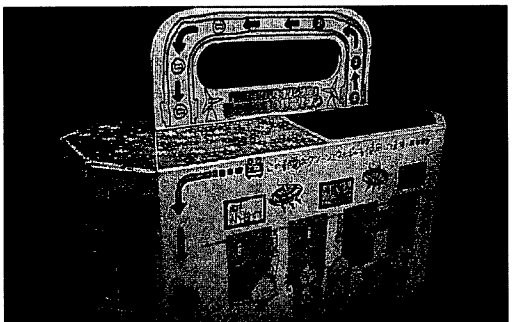


3.「レガロ工房」による地域ブランド力の確立と向上

「レガロ工房」では、広告媒体に関する調査をし、広告媒体として、交通広告の成長と可能性の高さを知ることができた。本校生徒が通学等に利用している路面電車(東京都唯一の荒川線。通称"都電"と言われ親しまれている)を車体広告とし、つまり、"ラッピング都電"を、「レガロ工房」とクライアント企業と最終顧客を出会わせる媒体として、広告会社としての「レガロ工房」の活動を改めて多くの人に知ってもらおうと計画した。また、"ラッピング都電"により、地域(都電の街)の活性化の意味を超える地域ブランドの構築・発展に貢献したいというねらいもあった。

Ⅳ　模擬株式会社「レガロ工房」の地域・全国、そして国際的な視野を捉えた活動と今後の可能性

"ラッピング都電"の効果はすぐにあらわれた。「私たちの地元には、喜んでもらえるお土産がないのよねぇ」とお客様に言われショックを受けた地元地域の菓子メーカーから、本校と共同で地域を元気にするものを製造・制作しようと依頼があった。この企業の意図するメッセージこそ、顧客が求める想いであり、共感を呼ぶものである。そして、この企業の想いと「レガロ工房」が意図するメッセージが一致することで共感はふくらみ、この企業の広告制作や販売に関わる事業を「レガロ工房」が実践した。右写真はその商品のオリジナルパッケージである。この他にも、オリジナル名刺制作、地域貢献かるた、祭りやイベントの企画・参加、そろばん普及大作戦事業、国際的観光地である港区お台場でのイベント企画等に携わっている。



Ⅴ　おわりに

「レガロ工房」の活動は、社会性を備えつつ、地域の活性化の意味を超える地域ブランドの育成・発展に貢献したいというメッセージがある。そして、地元地域はもちろん、日本各地にその共感を広げ、日本が元気になることを願い、さらなる進化をしつづけている。

本校における「ビジネス基礎」の取り組みについて
― ビジネス感覚を身に付けさせる指導を目指して ―

神奈川県立相原高等学校　教諭　田　中　守

Ⅰ　はじめに

本校では、平成13年度より「ビジネス基礎」を履修させており、平成19年度に「ビジネス基礎」の単位数を２単位から３単位にし、わかりやすい授業を展開している。特に、今年度から商業３科（商業科・国際経済科・情報処理科）の特色を生かした「ビジネス基礎」の授業展開を心がけており、ビジネス感覚を身に付けさせる指導を目指している。

Ⅱ「ビジネス基礎」の授業実践

１．商業３科の特色を生かした「ビジネス基礎」の取り組み

今年度から商業３科の特色を生かした授業に取り組んでいる。まだ暗中模索の状態であるが、学年末には今年度の授業を振り返り、来年度にはその反省を踏まえてより良い魅力的な授業にするつもりである。

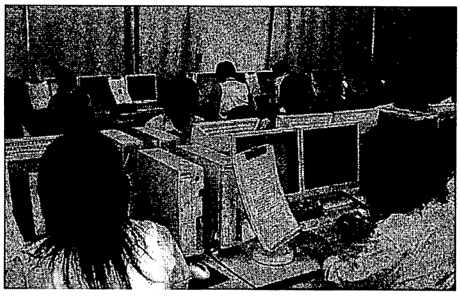
(1)　商業科

①　商業科の特色を生かすため、今年度は、ビジネスマナー教育の一環として、授業の最初と最後にお辞儀の練習を徹底的に行っている。具体的には、授業の最初と最後に「お願いいたします」、「ありがとうございました」を言ってからお辞儀をさせており、ひとつひとつの動作を分離して、丁寧にするように指導している。また、ビジネスマナーに関するビデオ学習やお辞儀のテストも実施した。お辞儀については今後も根気よく行う予定である。

②　レポート・感想文などをワープロで作成させるために「ビジネス基礎」の授業時に、タイピングの練習をしており、タッチメソッドの習得を目指している。

③　秘書技能検定、全商珠算・電卓実務検定、全商ワープロ実務検定、全商商業経済検定の「商品と流通」の受験を薦める。

【お辞儀の練習】



【タイピングの練習】

(2)　国際経済科

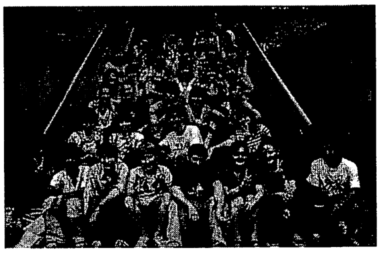
①　国際経済科の特色を生かすため、今年度は、３時間のうち２時間に外国人講師を配置し、１つのクラスを２分割して、教科書に沿ったビジネス基礎を教えるクラスと外国人講師とのコミュニケーションのクラスとで展開している。３時間のうち１時間は全員１クラスで教科書を扱っている。外国人講師のクラスではコミュニケーションはもちろんのこと、英語検定試験や交流活動など異文化理解への対応も考えている。もう一方のクラスにおいては、教科書に沿った内容を学習し、２学期には珠算・電卓検定を、３学期には商業経済検定の「商品と流通」への対応を考えて

いる。

② 毎年夏休みに、県立5つの商業高校の合同企画で、サマーキャンプ（国際交流会）を実施しており、県内に留学している高校生留学生を招いて、英語の歌や英語によるゲームなど、2泊3日を楽しく過ごしている。また、2学期には、桜美林大学の外国人留学生との交流会を実施し、英語による自己紹介や校舎案内をする予定である。

③ 秘書技能検定、全商英語検定、全商珠算・電卓実務検定、全商ワープロ実務検定、全商商業経済検定の「商品と流通」の受験を薦める。

【ティームティーチング】



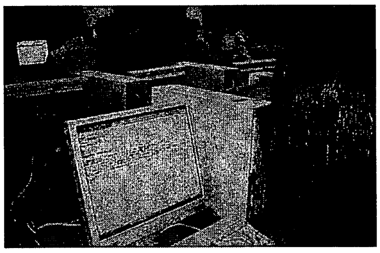
【サマーキャンプ】

【外国人留学生との交流会】

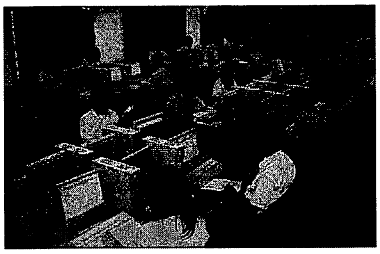
(3) 情報処理科

① 情報処理科の特色を生かすため、今年度は、情報化社会の進展にともない、情報化とビジネスは切り離せないものになっているので、基礎的なＷｅｂページの作成を行っている。情報をいかに発信すれば顧客の興味を引くことができるのかを考えさせ、その後の「課題研究」等の学習につなげたい。また、商品広告の作成や商品のプレゼンテーションをワープロソフトやプレゼンテーションソフトを使って行わせ、コンピュータに慣れ親しませる。

② 秘書技能検定、全商珠算・電卓実務検定、全商ワープロ実務検定、全商商業経済検定の「商品と流通」の受験を薦める。



【Ｗｅｂページの作成】



【プレゼンテーション資料の作成】

2．「ビジネス基礎」の特別授業

(1) 外部講師による「ビジネスマナー講座」の実施

① 目的　社会に出てからも重要なビジネスマナーについて、専門家による実践的授業を通じてビジネスに対する心構えを学習し、進路決定にも役立たせる。

② 講師　横浜医療秘書歯科助手専門学校　押江　優花　氏

③ 内容　ア．第一印象の作り方　イ．挨拶について　ウ．敬語の使い方

④ 成果　特に、第一印象の作り方を重点的に学び、正しい座り方・立ち方、お辞儀の仕方、表情作りについて、実際に生徒にやってもらった。最初はぎこちなかったが、何度も繰り返しやっていくうちに、すばらしい所作ができるようになり、ビジネスマナーに対する生徒の理解を深めさせることができた。

(2) 校外学習・企業見学の実施

① 目的　「ビジネス基礎」の授業の一環として、実際の現場を見せることにより、金融のビジネスについて生徒の理解を深めさせる。

② 場所　日本銀行本店・日本銀行貨幣博物館・東京証券取引所

③ 成果　「ビジネスの担当者—金融業者のビジネス」について事前学習していたので、日本銀行や東京証券取引所について理解を深めたと思う。また、生徒の感想文には「大変生きた勉強ができた。実際自分の目で見て、大変ためになった。」という声が多かった。

Ⅲ 「ビジネス基礎」の成果及び今後の課題

1.「ビジネス基礎」の成果

「ビジネス基礎」のアンケート結果の分析から、以下のような成果を導き出した。

(1) 商業を学ぶ目的や学び方を理解させることができた。

(2) 「ビジネス基礎」の学習内容を概ね理解させることができた。

(3) 卒業後の進路について考え、進路に対する意識や関連する知識を深めることができた。また、資格取得に対する意欲を喚起することができた。

(4) 経済社会におけるビジネスの諸活動の意義や役割などの基礎的な知識と技術を習得させることができた。

(5) 経済社会の一員として必要とされる望ましい人間関係や社会性、倫理観などの豊かな人間性を身に付けさせることができた。

(6) ビジネスの諸活動に適切に対応する能力と態度を育てることができた。

(7) ビジネス社会における基礎的計算能力や技術を習得させることができた。

(8) 経済社会における一員として対応できるようにコミュニケーション能力を身に付けさせることができた。

(9) 自ら考え、学ぶ力を身に付け、さまざまなビジネスの場面に対応できる力を養うことができた。

(10) 実践的・体験的学習指導によりビジネス感覚を身に付けさせることができた。

2．今後の課題

(1) ビジネス感覚を身に付けさせる実践的・体験的な学習の必要性

「ビジネス基礎」は、高校入学後最初に学ぶ商業科目で、商業教育への興味・関心を持たせるための非常に重要な専門科目となる。知識・理解のみの指導ではビジネス感覚は身に付きにくいので、実践的・体験的学習指導が必要不可欠である。したがって、実践的・体験的な学習について具体的に検討し、積極的に実施するようにする。

(2) 外部講師の活用

外部講師によるビジネスマナーなどの特別授業が生徒に大変好評なので、今後も積極的に活用していきたい。今後の商業教育の改善・充実を図っていく上で、地域や産業界とのパートナーシップを確立していくことが肝要である。したがって、地域において、幅広い経験を持ち、ビジネスに関する最新の知識・技術を身に付けている社会人を積極的に活用する必要がある。

(3) インターンシップの推進

本校では、昨年の夏休みに、44名（1年生～3年生の希望者）が将来の進路に関連したインターンシップを実施し、教科「学校外活動」科目「就業体験活動」の学校設定科目として1単位の単位認定を行った。インターンシップの意義や役割について、1年生の「ビジネス基礎」の授業の中で

生徒に対して動機付けを図る必要がある。

(4) キャリア教育の推進

本校の学習支援グループのキャリア教育・地域連携チームでは、キャリア教育について研究しているが、「ビジネス基礎」の授業もキャリア教育と関連があるので、今後、具体的な授業プランを検討する必要がある。

(5) 情報通信機器の活用

コンピュータや情報通信ネットワークを活用した授業を展開する場合、それらを活用できる情報処理室を確保することが難しいと予想されるので、時間割作成時に使用教室の調整が必要である。

(6) 外国人講師の確保

現在、国際経済科の授業においては、週2時間外国人講師とティームティーチングが行われており、生徒は興味・関心を持って取り組んでいる。商業科・情報処理科においても外国人とのコミュニケーションについては、外国人講師とティームティーチングを3学期予定している。学習効果を高めるためにも引き続き外国人講師の確保が必要である。

(7) 交流会の拡大

本校では、毎年、国際経済科1年生全員を対象に、本校が高大連携している桜美林大学の外国人留学生を招いて交流会を実施している。また、国際経済科2年生全員を対象に、本校が高大連携している湘北短期大学のオーストラリア人留学生を招いて交流会を実施している。「ビジネス基礎」の中に外国人とのコミュニケーションという項目があるので、今後は国際経済科の生徒だけではなく、商業科・情報処理科の生徒を含めた交流会を検討する必要がある。

(8) 担当者数の検討

現在、授業単位数が3単位になっているが、以前の2単位に比べるとより良い授業展開ができていると思う。また、授業担当者は、1名が適当であると思うが、商業の学習ガイダンス、ビジネスマナー実践、コンピュータや情報通信ネットワークを活用した授業、外国人とのコミュニケーションなどについては、複数で担当した方が学習効果が高いと思われるので、今後検討する必要がある。

(9) 評価についての研究

評価については、出席状況、授業の取り組み状況、プレゼンテーション、課題やノートなどの提出物、小テスト、定期テストなどによって観点別評価を行っている。今後、担当者間でより良い評価について研究する必要がある。

(10) 教材研究の必要性

新聞・テレビなどから最新のビジネス情報を入手し、授業に反映できるようにしたいので、常にアンテナを張っていなければいけないと思う。また、ビジネス感覚を身に付けさせるための教材を精選し、できるだけ具体例を挙げながらわかりやすい授業を行うためにも十分な教材研究が必要である。

Ⅳ おわりに

「ビジネス基礎」は、高校入学後最初に学ぶ大事な専門科目なので、生徒に興味・関心を喚起させることが、高校3年間の商業教育の成果につながると思う。したがって、知識・理解の指導だけではなく、ビジネス感覚を身に付けさせるような実践的・体験的学習指導を積極的に展開しなければならない。

今後、他校の授業展開・指導法・実践例などを参考にしながら、生徒の特性や実態を踏まえた効果的な指導が行われるような授業を目指し、更なる研究及び自己研鑽を続けていきたい。

地域社会との連携による国際的なビジネス活動を学ぶ取組について

― グローバル化社会の中で活躍できる人材育成をめざして ―

北海道千歳高等学校　教諭　秋　元　宣　宏
〃　　　　　教諭　落　合　雄一郎

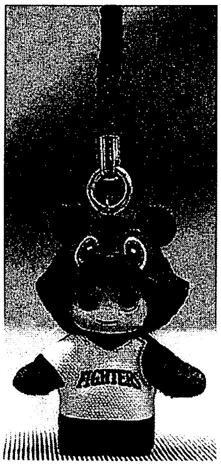
Ⅰ　はじめに

昨年度本校では、流通活動を学ぶ体験的・実際的なビジネス教育の取組として、本校生徒が商品の企画及び販売に関わる活動を行っている。平成18年度には千歳観光連盟㈶・地域の企業である北海道純馬油本舗㈲と連携し、「千歳市をアピールしたい！」という想いが原点となり、「ちとせっけん（雪綺）」（化粧洗顔フォーム）を開発した。現在では、品質の良さからリピーターも多く、既に１万本を超える販売実績をあげており、販売元の中核をなす商品に成長してる。今回はこの商品がアジア（台湾、シンガポール）への輸出・販売する際に「国際的なビジネス活動について」実際的に学ぶため、関わらせていただいた活動をメインに紹介する。また、これらの諸活動から垣間見ることの出来た「可能性」が、今後の商業教育の発展的未来への前進にほんの少しでも関わることができるなら幸いに思う。

Ⅱ　地域と生徒（部活動）との具体的な取り組み

(1)　課題研究と部活動（ビジネス・スタディ・クラブ）の活動形態

マスメディアなどで比較的大きく取り上げられた例をあげると、平成16年に実施した「高校生がつくる千歳市のクーポンマガジン」や平成18年度の「ちとせっけん（洗顔フォーム）の企画・販売」である。また、東洋水産㈱やカルビー㈱等の大手メーカーと共に商品開発に取り組ませていただくなど、なかなか出来ない経験を通し、よい刺激を受けさせていただいている。現在進行中の北海道日本ハムファイターズ㈱とのコラボ商品（2008年９月発売予定 右写真）の開発などは生徒達は勿論、我々も胸が高鳴る思いである。その他、地元の企業との共同企画・販売に関しては、多くの事業主からの協力の下、沢山の商品が日の目を見るに至っている。元々、全ての取り組みの発端は３年生の課題研究における特定のグループである。課題研究を進めるうちに、どうしても授業の枠内での活動では不十分である場合や外部関係者との連携を密にしなければならない場合、また、責任の所在をはっきり示さなければならない場合も出てくる。そのような状況下にのみ、ＢＳＣの顧問と生徒達で協議し、生徒の真摯な姿勢等総合的な判断によりビジネス・スタディ・クラブ（以下　ＢＳＣ）の活動と認め実施している。



(2)　ＢＳＣの活動理念

本校も外部と対応する中で反省するべき点が多くあった。例として、以前は「失敗も勉強のうち！」と割り切っていたところもあり、地域の教育力に依存する面も決して少なくなかった。しかし、現在の課題研究では、安易に企画・行動させないよう努めている。なぜならば、協力していただける企業の殆どはいわゆる「中小企業」である。我々はどこかで、生徒の申し出に対し事業主が真剣に耳を傾けていただいている場面の中、「教育活動であるから…」という善意の気持ちに甘えていたように思う。地域の商業高校を目指す我々にとって、これらの地域の協力体制をありがたく享受するばかりではなく、一度のきりのチャンスだと考え、選ばれる商業教育を実践しようと試行錯誤している。

近年、本校ではこのような取り組みに際し「高校生だから…」という甘えはできるだけ排除し、教員側が少し先をリードしつつ、生徒達ができるだけパーフェクトに進行できるよう見守り、援助する体制をとっている。生徒を先頭に歩かせ、失敗から経験をつませる方法もあるが、事業主・教師が上司とな

り、「背中を追わせながら学ばせる方法の追求」に日々奮闘努力している。

Ⅲ 商業的国際教育の実践例

1．ＢＳＣによる商業的国際教育の実践例

⑴「ちとせっけん（雪綺)」について

昨年度、ＢＳＣの活動の中で千歳市の特産品を保湿成分とした洗顔フォーム「ちとせっけん（雪綺)」を企画販売させていただいた。製造・販売メーカーである(有)北海道純馬油本舗は馬油（ウマセラミド）を主成分に無添加（旧表示成分）の化粧品をメインに展開している地元の企業である。

⑵「ちとせっけん（雪綺)」の台湾販売とＢＳＣでの実践

製造・販売メーカーである(有)純馬油本舗が他店と共同で台湾やシンガポールで道産品のショップを開設した。その中で「ちとせっけん」を含む自社製品を販売するという話を聞き、現地の方がターゲットである商品説明用のミニパンフレット作成を申し出た。我々がこの申し出をしたのには理由があった。それは東南アジアからの北海道への来道者は年々鰻登りに増加しているからである。特に東南アジアの中で50％近くは台湾からの観光客が占めている。商業教育にこのような地域の特質を活かすことで、また新しいものが発見できるのではないかと考え、メーカー側の依頼を受け、すぐにパンフレット作成の計画を練った。

2．パンフレットの製作について

① 製作コンセプト

台湾向けにパンフレットの制作に挑んだ。以下に生徒が企画した作成上のポイントをまとめてみた。

- 商品と同梱が可能であり、持ち運びにも便利なことから、サイズは「Ａ５（見開時Ａ４)」で４ページとする。
- 「ちとせっけん（雪綺)」意外にも製造・販売メーカーと本校の取り組みを記載する。
- 台湾の方々は「雪」に憧れを持っていることからできるだけ「雪」を意識したキャッチコピーを心掛ける。
- サイズが小さいので製品の完成度をピーアールすると共に、簡潔な内容で効果の高いパンフレットを心掛ける。
- 台湾の文化を知り、現地の方々に受け入れられるようなデザインを心掛ける。
- 日本と台湾の繋がりをイメージした文章を随所に入れ、この商品を開発したきっかけもピーアールに加える。

② 原稿作成

上記の基本コンセプトから４ページ分の大枠のデザインを割り付けた。中国語の 講師の先生と打ち合わせをしながら原稿を作成し、メーカーサイドから紹介を受けた台湾の方に最終校正を依頼した。台湾語で作成したのパンフレット原稿日本語によるパンフレット原稿見本（最新版）

③ 言語機能の設定

Adobe社のイラストレーターを使用し、Windows

台湾語で作成したのパンフレット原稿

日本語によるパンフレット原稿見本（最新版）

の言語機能を中国語に設定し、原稿のとおりに中文のパンフレットを作成した。しかし、パンフレット完成間近にわかったことなのだが、台湾の公用語は北京語（簡体字）であるが、「実際に現地で使用されている表記は台湾語である」という事実であった。台湾語の漢字体が一部「繁体字」で表記する必要があると知った。我々は急きょ、コンピュータの言語機能を「繁体」に設定し直した。

3．作成後の評価

デザイン的には文化の違いに合わせるという点において、色々な意見に分かれた。何故なら、日本でこの手の商品は特質上、シンプルなデザインのカテゴリーに分類されるだろう。しかし、あえて少し多めに文字と配色を若干多めに使用してみた。これはインターネット等で台湾の様々なデザインを研究し、この結論に達したからである。商品の価格も製造メーカーと協議した結果、商品に同梱する目的からあえて掲載しないことにし、リピーターの獲得のため、あくまでもイメージが先行のパンフレットに仕上げた。完成後も編集を重ね続け、もう既に今回で3版目となる。

Ⅳ　これからの商業的国際教育とは？

1．生徒が学ぶもの

⑴　国際化への新しい扉

この活動自体、現在進行中である。故に生徒達がこの活動から何を学ぶことができるのかどうかなど、今この場で結論づけることはできないだろう。しかし、「コミュニケーション」をとるうえで絶対的に必要な要素と同じく、「とにかくやってみる」ことが大切だということを改めて思い知らされた。何故なら、たかがパンフレット作りだけであるにもかかわらず、生徒達は北海道における東アジアの観光客が及ぼす経済効果を真剣に考え、他国の文化と言語の複雑さに頭を悩ませ、日々何気なく使用しているほとんどのコンピュータの中にはすでに「繁体字」が手書き入力可能な状態で用意されていることを体験できたのである。

⑵　国際的なモノへの喚起

誰もが外国語が円滑なコミュニケーションを促し、強力なビジネスツールになり得ることは十二分に理解できる。しかし、与えられたシチュエーションの元では、なかなか知的好奇心は刺激を受けにくい。自分から求めない以上、生きるために必要である場合以外、知的好奇心をゆさぶってあげる他、目覚めさせる方法はないのかもしれない。本校ではたまたま台湾の方々へ商品を紹介できる機会を得ることができた。東アジアだけで考えても、現在官民双方とも急ピッチで受け入れ態勢を整えている真っ最中であり、商品・サービスの説明や観光案内など需要は周囲にあふれかえっている。我々はことに東アジアの言葉や文化に対し、あまり予備知識がなく戸惑うことが多い。また同時に、外部からの協力などを得られなければ、煩雑な作業となる可能性は否めない。しかし、今回の経験により東アジアに関しての「探求心」を大きく揺さぶられる体験をしたのは事実なのである。

2　生徒が学ぶべきもの

⑴　商業デザインの可能性

私自信「国際ビジネス教育」と考えると、英語教育の基礎が前提で、「国際ビジネス」へシフトするといった、固定概念をどうしても拭いきれないでいた。しかし、国境を越え、人々を繋ぐものは言葉だけではない。そこから派生した「音楽」や「芸術」なども国境を意識せずに人々を繋いでいる。他国の人々に対し、我々の考えたこのパンフレットが一体どう受け止められるのかを真剣に考えるうち、デザインの与えるインパクトについて考えさせられた。大手ファーストフード店のシンボルマーク同様、もはやデザインは万国共通の言語ともいえる。現在ではデジタル化・ネットワーク化が進み、デザインは個人レベルで簡単に表現できるコミュニケーションツールとなった。また、現在の生徒達は様々なデザインに対する感性や欲求が我々の考えるモノよりもはるかに高いと感じる。「学生さんがパッケージデをザインしたから…」と、手作風のパッケージを作成するのも一つのマーケティング戦略ではあると思うが、逆に若い何にもとらわれていない発想の中に、デザインの基礎とドロー系グラフィックソフトな

どの操作技術を注入してあげさえすれば、彼らの可能性は無限大であると感じる。

(2) 商業デザインの意義

商品開発の企画書を企業に提出した際に、必ずと言っていいほど聞かれることがある。それは「このデザインの権利とデザイン料はどのように考えたらよいのか？」という企業からの真剣な質問である。そして、企業規模が大きければ大きいほど、「商業デザイン(広義の)」をマーケティングの重要なポジションと認識していることを体感させられる。商業では今までにも「ディスプレーデザイン」や「ＰＯＰデザイン」の分野をマーケティング等の科目を通して実施している学校も多い。しかし、これまでの一連の活動を通し、常に感じてきたことは、「グラフィックデザイン」や「パッケージデザイン」の基礎を学ぶことの重要性である。配色やレイアウトの基礎を学ぶと、そこから様々な実習を生み出すことができるでろうし、その次の次元から、マーケティングに必要な感性が育てられると考える。何故なら、デザインを組み立てるという作業は、ターゲットを綿密に分析し、必要なセールスポイントを的確に伝え、効果を上げるよう努力しなければ、商業デザインとして成立しないからである。

(3) ユニバーサルデザイン

商業教育はこれからも一層、地域のからの教育力を借り、様々な面で地域や企業と連携をしていくことが重要であろう。今までの活動を振り返ると、必ず生徒は「デザインをする」という作業に関わってきた。我々が言いたいのは決して「デザイナーを目指せ…！」というものではない。商業の基礎科目の土台があって初めて、デザインパフォーマンスの花が咲くと考える。知的財産という概念が大変重要である商業で「もっとデザインを通し、商業科の生徒として必要な感性を磨くことも出来るのでは？」という提案として受け止めたいただければ幸いである。ユニバーサルデザインという言葉が使われるようになって久しい。この言葉が流行したときには「ユニバーサルデザインの７箇条」の中の「弱い力でも利用できること」という項目が言葉全体のイメージとなってしまっていたが、本来は「文化・言語・国籍・年齢・性別を問わず全ての人々に…」というのが理念の出発点である。これからの商業科目の中において、様々な角度から「ユニバーサルな感性」を養ってあげられる方策を検討していけるなら、それは素晴らしい出発点になりうると考える。

Ⅴ　おわりに

我々が一つのプロジェクトを開始する際、「これは道内のどこででも可能な企画だろうか？」などと考える。もちろん、全てが望み通りになどいかない。しかし、それぞれの学校ができるだけ偏りのない活動を企画・実行・発信することを意識し、それにより北海道の商業教育が新しい方向性を掴むものと信じたい。現実、本校で商品化が実現したケースにおいても、実際に販売するまでは生徒が企業とメールや電話・ＦＡＸのみでやりとりをするケースも少なくない。そのような活動の中で、生徒達は商業に必要な知識（ナマの生産・販売データなどを含む）やセンスを学ぶことができると考える。事実、「新しいことに挑戦する」というコトは非常に困難で生徒と苦労を共にする活動となる。だが、今日、我々が特に銘じていかなければならないこととして、新しい分野に関しては「商業教育の独壇場である」という自負心ではないかと思う。商業科自体、「ビジネス教育」であるが故に、「変わらない」ものと常に「変わっていかなければならない」ものが他の教科よりも強く混在している学科であることは否めない。もし、また「変わっていかなければならない」時がきたとしたら、更に新しいアプローチで「時代」についていくことが我々が生き残る術であるように思う。これからもビジネスにおいて重要なのは「一般的な未来」にとらわれることなく、足元の「今」を正確にとらえることであろう。

そこから生まれる「新しい未来」は、必ず「輝ける未来」への足がかりになると思えてやまない。

質疑応答および講評（要旨）

佐藤教諭に対する質問と回答

（質） 一連のコミュニケーション指導で、学習面や生活面での取り組み、具体的成果は？

（北海道　由仁商業高校　渡邉教諭）

（答） コミュニケーションの部分では、あくまでも生活面をきちんとするという部分で、けじめをつけさせたい。とにかく、授業時間に遅れないようにきちんとおいでと。最初は何回か遅れてきたりする子、また、スカートを短くしたりして入ってくるという子が見受けられたが、最近は授業前、チャイムが鳴る前に、きちんとした服装で全員集まるようになった。

また、入室の際には、「おはようございます」の一言、それから、授業が終わって外に出る場合、廊下に出る場合には、「失礼します」とあいさつをするようにと進めている。

久保教諭に対する質問と回答

（質） 模擬株式会社の立ち上げの準備として必要なこと、運営上の留意点はどのようなことか。また、今後考えていることは？

（北海道　遠軽郁凌高校　菊池教諭）

（答） 模擬株式会社の立ち上げまでに必要なことは、まず機材が必ず必要。本校にはＡ１が印刷できるプリンターがある。長い看板やポスターが、１枚で印刷が可能。それから、教員については意欲がないとできないと思う。イラストレーター、フォトショップは使いこなせないといけない。

実は、荒川商業高校では、最初、デザイン系列を立ち上げる際に、美術の専任の教員がいなかったので、美術の教員を学校に配属してもったが、陶芸が専門で、結局、商業の教員でやった。

地域への働きかけも大事。まず、商店街の会合に出向いて、こういったことをやりたいのですがいかがですか？という声がけをやった。

情報系列では、ホームページの作成を、マーケティング系列では、販売実習、イベント等の企画、販売実習等をやらせてくれと、商店街等の会合で説明した。

ただ、地元の商店街は年輩の方も多く、パソコンなんていいとか、ホームページは要らないとか、なかなか理解してもらえなかったり、断られるところもあるが、徐々に理解してくれる所が増えてきて、根気よくやっている。

学校としても、地元の地域とうまく連携が図れているので、そういったところが幸いしていると思う。

運営上の留意点については、最初の頃は、無料でやってくれるというだけで、どんどん依頼数が増えてしまった。結果的に生徒の時間が足りなくなるとか、或いは無料でやってくれという、嫌がらせというかバイト扱いみたいなところがあったので、公的な所をやっている。本校は足立区からも信頼が厚く、大きな仕事をやらせてもらっている。

生徒の時間という話をしたが、生徒はレガロ工房の活動だけではない。検定だとかコンクールだとか、作品を出しているので、その課題の時間でずっと追われている。結果的に放課後も残ってやっているという状況が多い。幸い、絵を描くのが好きで、運動部に所属している子はほとんどいないので、放課後に部活みたいな感じでやっている。或いは、日曜日とか夏休みも来ているが、生徒の時間が可能な限り、依頼数だとか、考えないといけないと思っている。

今度は広告会社として発信していこうという話をしている。これに関しては、情報系列のホームページで、レガロ工房のホームページをもっとうまくして、「こんなこともできますよ」というのを発信していくことも大事じゃないかと話をしている。或いは、マーケティング系列と一緒に「イベントを企画しますよ」と考えている。

（質）生徒の営業活動に際して、事前指導はどのように行っているのか。また、レガロ工房の参入で、同業他社とのトラブル、クレーム等はあるか。　　　　　（北海道　由仁商業高等学校　渡邉教諭）

（答）事前指導は、まず、商店街の会合に行き、趣旨をよく説明した。それから、生徒の方に関しては、事前に身だしなみ、あるいは、コミュニケーションのとり方等も練習したが、なかなか行かないので、「本当に行ってこい」と言って行かせた。

行く場所についても、教員の方で許可をもらった所だけ行かせていたが、最近は慣れてきて、商店街の人も、どこでもいいよというふうに言ってくれているので、どこでも行かせるようにしている。そういうことを重ねることで、しっかりと交渉術を覚える。

同業他社とのトラブル、クレームは、確かに、人件費がかからない分、安いことには間違いないので、たくさん業者が最初は来た。ただ、最近はあまり業者のクレームは無いので、うまくやっている。企業からすれば、高校生のやっている程度と思われているのかもしれないが、特に大きなトラブルは聞いていない。同業他社との関係構築等に関しても特にはないが、あまり安すぎると、多分クレームが来ると思うので相場と変わらない金額でやっている。

小林指導講師の講評　（要旨）

国際マーケティングー荒川商業高校　「レガロ工房」　の取組みー

まず、 生徒全員が模擬株式会社　「レガロ工房」　の社員であるという設定がユニークである。 結論から言えば、 本実践は科目としての　「総合実践」　の新たな取組みであるということが出来る。 すなわち、 流通ビジネス、 国際経済、 簿記会計、 経営情報の各分野の内容を含み、 かつ、 学校と地域との連携が生徒だけでなく地元の商店街の利益にもなっているからである。 生徒が製作した作品を各商店が採用することで、 生徒の努力の成果が即評価につながることが達成感の醸成にもつながっている。

これらの成果は、 3年間を見通した教育計画を十分に考慮した結果であると言える。 即ち、 1年生は新入社員として商業教育の各種基礎を学び、 2・3年生では、 それぞれデザイン、 流通、 情報、 会計、 ビジネスの各系列に分かれて学習するという内容に創意・工夫がされているからである。 発表では、 2年生の始めごろは、 承諾をもらった商店に行っても、 うまく営業活動が出来ずに試行錯誤を繰り返すという報告もあった。 これらの体験とあわせて、 プロの広告代理店から講師を派遣してもらい生徒にアドバイスを与えているという点も産学連携の観点から評価できる。

さらに、 本発表では　「レガロ工房」　の検証作業を実施している点である。 SWOT分析の手法も活用しながら、 グローバル化や環境問題の視点からも研究していることが、 「総合実践」 の新たな取組みに通じる内容である。 発表では地域ブランドにも言及していた。 いわゆるPBであるが、 「レガロ工房」 自体が既にPBとなっていると言っても過言ではない。 敢えて言えば、 認知度が不足しているくらいであろうか。 社員としての生徒には様々な課題があると思われるが、 このプロジェクトは商業教育の将来像を明確に示唆している。

地域社会との連携による国際的なビジネス活動を学ぶ取組みについて

ーグローバル化社会の中で活躍できる人材育成をめざしてー

本発表は、 北海道千歳高等学校が体験的・実際的なビジネス教育の取組みとして、 地元の観光連盟や企業と協力して　「ちとせっけん」　という化粧洗顔フォームを開発・商品化した内容である。 これは産学官の具体的な取組み例であり非常に評価できる。 また、 千歳高校は外国の高校とも交流実績があり、 このことが今回の発表の下地にもなっている。 発表内容は3年次の　「課題研究」　の取組みであるが、 一方では、 CALLシステムを導入した　「英語実務」　で、 コミュニケーション能力の一部としての英語力を育成していることもバランスのとれた教育計画として評価できる点である。

さらに、 地元の観光連盟と協力して　「東アジア観光事業と商業科」　という視点でツーリズムも視

野に入れながら具体的な商品のマーケティングについて学習し、その成果を生徒自身と地元に還元していることがまさに国際的なビジネス活動を実践している所以である。発表では、商品説明用のパンフレット作成にも触れた。製作現場で予想される課題を生徒たちが実際に体験し、コンピュータの言語機能までを学習している。インターネットを活用しながらデザインのあるべき姿を学習し、それがさらにユニバーサル・デザインにまで及んでいる。この段階では知財教育にも触れていて、将来の重要なテーマをも的確に扱っている。

発表の中で「国境を越え、人々を繋ぐものは言葉だけではない」との説明があり、音楽や芸術との関連にも触れていたことは、まさにグローバルな商業教育の一端を実践している証拠であり、指導者の高い識見が伺われる点である。いわゆるクリエイティブ・キャピタリズムを既に千歳高校が実践していると言っても過言ではない。今後の成果が大いに期待できる。

板宮指導講師の講評（要旨）

北海道札幌東商業高等学校の佐藤雅人先生と櫛引文彦先生の発表は、平成18・19年度の２年間、国立教育政策研究所の指定校となり、「コミュニケーションに関する学習の実現状況の把握と指導の改善」の研究を基にした発表であった。

「ビジネスの基礎・基本の能力」の一つとしてコミュニケーション能力が重要と考え、科目「ビジネス基礎」の中に「コミュニケーション」の章を設定した研究となっている。

「ビジネスの基礎・基本の能力」とは、豊かな人間性、創造性、ビジネスの理解力と実践力の３つの能力を示す。豊かな人間性、創造性は、教科全体の学習や教育活動の全般を通じて身に付ける能力である。

豊かな人間性の中に入るコミュニケーション能力は、すぐに身に付くものでないため、３年間を見通した系統的な指導を必要とする。したがって、導入としての指導としては、十分に適切な内容である。

科目「ビジネス基礎」の中に外国人とのコミュニケーションという章があるが、日本人同士のコミュニケーションに関する基礎的な能力と態度を習得させることの必要性もあるということが改めて認識できたのではないか。

聞く・話す・伝えるというコミュニケーションの要素を重視した指導や貴校独自のテキスト、学習指導計画、教材として確認テスト・演習用シート・課題用シート、ゲームなどを作成し、ロールプレーイングやケーススタディなどの体験的な学習を多く取り入れ、評価規準を作成するなど改善充実を図ったとのことだが、指導する側にとっても即戦力になる発表資料である。ぜひ、多くの学校で活用していただきたい。

たいへんきめ細かな素晴らしい研究をされた北海道札幌東商業高等学校の先生方に敬意を表する。

今後は、課題である状況に応じて適切に判断して行動することについて、さらに研究を深め指導内容に改善を加えて欲しい。

神奈川県立相原高等学校の田中守先生と宮﨑慎也先生の発表は、今年度から商業３科（商業科・国際経済科・情報処理科）の特色を生かした「ビジネス基礎」を授業展開している内容となっている。

ビジネス感覚を身に付けさせる指導という副題となっているが、ビジネス感覚とは、「ビジネスの基礎・基本の能力」のことであり、知識や技能だけでなく、自ら学ぶ意欲や思考力、判断力、表現力などを含む。そのために、商業教育の導入として生徒に興味・関心を喚起させるため、３科の特色を生かして実践的・体験的学習指導を積極的に展開しなければならないとのねらいは適切である。

商業科では、ビジネスマナー教育の一環としてお辞儀の練習を徹底しテストも実施したり、ワープロのタッチメソッドの習得を目指しているとのことである。

国際経済科では、 3時間のうち2時間について外国人講師を配置し、 1クラスを2分割して展開している。 また、 夏休みを利用して県立5校の商業高校の合同企画でのサマーキャンプや2学期に桜美林大学の外国人留学生と交流会を実施している。 ＴＴによる指導や高校間連携、 高大連携など指導方法に工夫していることを感じる。

情報処理科では、 基礎的なＷｅｂページを作成させたり、 商品広告の作成、 商品のプレゼンテーションをワープロソフトやプレゼンテーションソフトを使って行っている。

また、 簡単な市場調査を行わせ、 表計算ソフトでグラフ化し、 情報を整理・処理する技術の重要性やマーケティングの必要性を考えさせている。 ビジネスの基礎的・基本的な知識と技術を習得させるためには、 十分な指導である。 生徒にとっては、 興味と関心が深まるのではないか。 計画・実践・評価を繰り返すことによって、 その後の指導に生かすという 「指導と評価の一体化」 が、 指導体制として出来ているように思う。

参考になる立派な内容の研究発表である。 19年度から科目 「ビジネス基礎」 の単位数を2単位から3単位に増やし、 今年度からは3科の特色を生かすための授業に取り組んだとのこと。 今後に向けてさらに工夫・改善を加え成果を上げて欲しい。

研究協議報告

第1分科会研究協議テーマ「ビジネス基礎の取り組みと指導法」

○（座長）ビジネス基礎が入った頃は、商業科目の中の基礎科目ということで、どのように導入を図り、生徒のために学習を進めていくかということは考えられたと思います。その中に、英語の指導ということが含まれていたので、そこをどのように指導していくかということもあったかと思います。その様なことで、ご苦労のされたことがあれば、お話しいただければと思います。

○本校がある小樽は、いわゆる観光都市。国内の旅行者の数が最近は横ばい、もしくは若干減少ぎみ。アジアの国の旅行客がここ数年急増している。ここ5年ぐらいで倍増ぐらいの人数になっている。そういったことを考慮しながら、いろいろ取り組みをしている。

1つは、小樽の町の中に1つの店舗の一画を借りて、外国人の方々に対して、日本の伝統文化を紹介しようと。町を歩いている外国の観光客の方々に、生徒たちが自らお茶をたて、野点を歩いている外国の観光客の方々に紹介する。もしくは、本校の吹奏楽部が琴を演奏をして、日本の伝統文化を外国人の方々に紹介するという授業もしている。

また、3年生の選択授業で「隣国コミュニケーション」という学校選定科目を持っている。内容は、中国語と韓国語、言語を中心とした授業をやっているが、中には、「韓国の料理を作ってみよう」とか、「中国の料理を作ってみよう」…2年ぐらい前には、チヂミ、水ギョウザ等を作って、「近くの国の異文化を体験してみよう」そういった授業もやっている。

ビジネス基礎とどうつながるか…まずは、自分たちの地域をよく知ろうと。自分たちの地域をよく知って、自分たちの地域を愛してみようと…。ビジネス基礎の前半部分については、「小樽市内のことをよく知ろう」というところを導入部分として授業を行っている。

それを踏まえて、小樽市のことをよく研究し、そして、さらには自分の学校をよく知り、そして、段々とその授業の中に入っていく。本校も2、3年前に、単位数が2単位から3単位に増大し、重点的に行っている。

○国際経済科については、英語の指導方法はチーム・ティーチング。2つに分かれて、3時間のうち2時間はやっている。商業科と情報科は、3学期に外国人講師にお願いして、「外国人とのコミュニケーション」を行う予定になっている。

○「外国人とのコミュニケーション」で、日本人が外国人にできるコミュニケーションは、まず、自分

の文化を覚えさせる。他の文化を見るということで、英語の語学だけの学習ではなくて、文化を教えるということや、ジェスチャーの指導。そういうのをインターネットから取り出してきて、指導を行ったことはある。

○東京都立五日市高校　小林三代次校長

「発音が多少日本的じゃないの？」という感じでも全然構いません。つまり、それは翻っていえば、自分のことになるわけですから。例えば、先生方の中で英語を教えているときに、生徒から「先生の発音良くな〜い」とか、「ネイティブと全然違う」とか言われたことはありませんか？私なんかはしょっちゅう言われますよ。その時の答え…例えば「国際連合の事務局長のパクさんを見てごらん」と。「ネイティブのような発音をしているか？」と。あの人は結構、上手なのですけれども、そうじゃなくて、例えば、国連の国、或いは地域を代表してきているアジア系の人々…「私の方がよっぽど発音は上手だよ」と言うと、生徒は妙に納得します。そこでいいと思うのです。つまり、国際的な会議の場でも、それなりの発音ができていれば通じるということです。言葉だけではなく、ブリーフィングの資料も当然、会議には出ていますから。要は国を代表して、あるいはその地域を代表して「自分の主張を通すんだ」という心構え、考え方があるかどうかということがポイントだと思います。

したがって、私は、例えば、外国へ行った時でも、どういう人に対してでも、まず、日本語で質問をすることにしています。理由は2つしかありません。

一つ…英語で質問をすると「ああ、この人は英語ができるんだな」と思うと、バババババーっと、流ちょうな英語で聞かれちゃって、面食らうことがあるから。もう一つ…「もしかしたら、日本語ができるかもしれない外国人かもしれない」こういう理由です。具体的に、外国へ行った時には、私は生徒によく言うのは、「英語で4つの単語を覚えていれば、買い物でも何でも、まず、一応できるだろう」と。

それは"This"…"これ"。それから"That"、それから"Please"、それから"Thank You"と、この4つだけです。逆にいうと、この4つがなければ、外国へ言ったときにはとんでもない目に遭うかもしれない。

例えば、レストランへ入ったときに「水が欲しいな」と、「水を1杯もらいたい」と。「ちょっと、待てよ」と…「水1杯は何と言うんだ？」。"a cup of"か、"a glass of"かと、そういうふうにすぐ考えちゃうんです。もう、全然 "No problem"ですね。"Water please"…これでオーケーですよ。

だって、"Water please"と言って、バケツでドバンと持ってくる店員なんかいますか？それこそ非常識。そういう気がしますし、実際に"Water please"と言って、どこの国でもオーケーでした。　それから、買い物などでも、例えば、近くにあるものは、ガラスケースの中だとして、"This please"と言えば、あっちにあるものを持ってくる店員はいませんよね。それから、ちょっと、何かが置いてあって、ちょっと行けないとなったら、"That please"と言えば、それを持ってきてくれます。

つまり「これなのか」「あれなのか」「それなのか」「どれなのか」と、いわゆる日本語で言うと「こそあど」ではないですけれども、明確に指示をできる単語を知らないととんでもないことになりかねない。それから、"Please"と"Thank you"です。"This"と言っただけではちょっと失礼ですよね。したがって、"This please"と。それが成功したら、つまり、持ってきてくれたら"Thank you"と…こういうふうに言えばオーケーです。

したがって、"This""That""Thank you""Please"…この4語は英語ですけれども、例えば、フランス語であれ、ドイツ語であれ、どんな言語であれ、まずは外国へ行くということを想定すれば、この4つの単語を覚えていないと危ない。生徒風にいうと「ヤバくね？」と。

発音はちょっと横に置いておいても「そういう気持ちで語学を勉強することが必要だよ」というのをまず伝えることが、私は先決だと思います。「そういう気持ちで勉強すればいいんだ」と言えば、「じゃあ、小林の言うとおりにやっていれば、多少のことは平気だな…」と。「多少のこと」というのは、文法がいい加減じゃ困るということはもちろんありますよ。そういう気持ちで、生徒をまず安心させて、それで入るという気持ちがあれば十分だと思います。

男子であれ、女子であれ、何に生徒は興味、関心を持っているのか？コンタクトしないとわからない。
その時に「おれは教員だよ」「偉いんだよ」じゃなくて、生徒と同じ立場に立って、それで、接することが必要だなという気がします。生徒が何に興味を持っているかわからないから、やはり教員も、色々なことを勉強することが必要だなという気がします。

私は英語でずっと教えてきますし、今も時々、授業観察の後に一緒に教えたり、ＴＴ的にやってしまうのですけれども、生徒にしてみれば、教えてもらう先生を、直接、選択科目以外では選ぶことはできませんよね。したがって、「教えてやる」ではなくて「教える」「一緒に勉強する」という気持ちを一部で持つことは必要だと思います。これは英語に限らずということですけれども。

こういう質問をする生徒がいました。男子から「先生、オレ、英語は苦手だけれども、英語以外の言葉で何かマスターできるものはないの？」と。こういう質問をする生徒はいないでしょうか。もしかしたら、女子にいるかもしれません。一番手っ取り早いのはイタリア語です。

なぜかというと、英語のように子音が少ないんです。したがって、手っ取り早く、外国語を何か１つマスターしたいという生徒がいたら、私はイタリア語を進めるべきだと思います。マーケットは英語に比べれば圧倒的に少ないですけれども。しかし、これは希少価値がありますから、きちんとマスターすれば、給与に困ることはまずないと思います。もし、そういう生徒がいたら「イタリアンをやればいいよ」と。実際、私もちょこっとかじりましたが、発音で苦労をすることはまずない。しかし、イタリア語にはリズムがありますから、これはちょっと、日本人は不得手なんですよね。大げさな態度で「オ～ソレミ～オ～！」とか言うことはできないでしょう…先生方。だから、生徒の性格を見て言語は勧めるべきだと思いますが、手っ取り早く勧めるんだったらイタリア語だと思います。

いずれにしましても、文法を教えるときなんかでも、やっぱり印象的に教えないと、生徒は絶対に覚えません。大体、「日本にいるんだから、英語なんかやらなくたってオーケーだ」という生徒もいますから。その場合には、やっぱり、ポイントを押さえて教えないとだめです。何がポイントになるかといえば、日本語にはない考え方。それが文法で当たったときに生徒は混乱します。関係代名詞とか、あるいは現在完了です。現在の日本語には特に現在完了という考え方はありませんから。

私は"ちゃった、ちゃった、have、pp"…これをまず覚えろと。要するに「何々しちゃった」或いは、「転んで電車に乗り遅れちゃった」「ノートを忘れちゃった」という感覚です。

それに"have、pp"というのは、過去分詞の略称形なんですね、そのように印象的な言葉で生徒に覚えさせる。だから、私は「はい、現在完了の基本的な覚え方…ちゃった、ちゃった、have、pp」と。

それから、英語は今言ったように、非常に細かい発音の子音がありますから、それも日本語で勉強できる早口言葉的なものがあります。皆さんはこれが言えますでしょうか？「シンシンショウジョ、シャンソンカシュのシンシュウ、シンシュン、シャンソンショー」…「新進気鋭の」という言葉がありますよね。「新進少女」…ガールですね。長根県信州の、新春のシャンソンショー。一応、意味は通じているんですよ。「新進少女、シャンソン歌手の信州、新春シャンソンショー」。いわゆる発音記号でいうロングＳのシュとか、その勉強にはなると。そういった、生徒が興味を持ちそうなことを、いろいろ自分でも勉強して、こちらに振り向かせると、私は英語でそういうことは勉強しました。

したがって、商業の10何科目ある、現在の学習指導要領の中でも、それぞれ特徴がありますから、それをピックアップして、生徒に興味関心を持たせるようにすれば、私は、興味関心を持ってくる生徒がいると思います。ぜひ、先生方も、英語に限らず、得意なジャンルを開拓して、この生徒はどうかなとか、顔を思い浮かべながら指導計画をつくるとうまくいくと思います。

第２分科会

本校簿記教育の現状と課題

― 簿記の上級資格取得に向けた取り組み ―

福岡県立小倉商業高等学校　教諭　齋　藤　　武
〃　　　　　　　教諭　徳　永　由紀子

はじめに

テーマ設定理由　：　本校の教育目標である「学科・コースの特色を基に、全商主催検定試験を基礎として高度な検定試験に挑戦する」を達成するため。

具 体 的 方 策　：(1)　教育課程の改訂、授業進度の調整、朝課外・土曜セミナー等の活用、学校行事をリンクさせる。

(2)　１年次に全商簿記実務検定（会計）を受験する。

(3)　予習を前提とした分かる授業を展開し、学ぶ楽しさを実感させ、学び方を習得させる。

Ⅱ　学校概要

１．本校の概要・教育目標

本校は福岡県北九州市に位置し、創立92年目を迎える歴史と伝統を誇る商業高校である。

ＦＲＯＮＴＩＥＲ　ＳＰＩＲＩＴの建学精神並びにモットー「清く　明るく　健やかに」の基に、「商業・ビジネスを通じて、我が国や地域社会に貢献しようとする志を抱き、自ら学び続ける力を備えた将来のスペシャリスト」を育成することを目指している。

２．部活動と進路状況

部活動を活性化し、「文部両道」を目指して日々活動している。運動部では、ソフトボール部が平成18年第24回全国選抜大会で優勝し、文化部では、簿記会計部、ワープロ部、情報処理部、珠算部が毎年全国大会や九州大会に出場している。

本校卒業生の進路状況

	進学	就職	その他
19年度卒	進　学　６４％	就　職　３５％	その他 1%

過去５ヵ年のおもな進学先　◇国公立大学

一橋大学	1	島根県立大学	1
岡山大学	2	下関市立大学	14
山口大学	3	北九州市立大学	21
長崎大学	2	長崎県立大学	1
大分大学	3	文科省管轄外大学	3

◇私立大学

明治大学	4	西南学院大学	17
日本大学	6	九州産業大学	42
福岡大学	30	九州国際大学	21
久留米大学	12	九州共立大学	10
梅光学院大学	10	福岡女学院大学	3

受験に耐えうる基礎学力の育成と進学に対する心構えや意欲を培うため、夏休みに２泊３日の進学合宿を実施している。また、高大連携の一環として出前講義・大学見学会を行っている。就職希望者に対しては面接指導や就職試験対策だけでなく、悔いのない人生を送るための就業教育も行っている。

過去５ヵ年のおもな就職先　　　　◇就　　職　　先

北九州高速鉄道（株）	九州電力（株）	新日鐵住金ｽﾃﾝﾚｽ（株）	太陽生命保険（株）	三菱重工業（株）
トヨタ自動車九州（株）	鶴丸海運（株）	西日本旅客鉄道（株）	第一交通産業（株）	新日本製鐵（株）
九州旅客鉄道（株）	（株）西京銀行	西日本ｺﾝﾋﾟｭｰﾀ（株）	（株）日立製作所	日産自動車（株）

３．特色ある教育活動

(1)　知的財産教育と商品開発

３年次「課題研究」で取り組んでいる。商工会議所会員のリストよりピックアップした会社に協力依頼、交渉をし、開発商品の選定、試作品を職員等で試食・評価・再検討しながら開発し、文化祭で販売している。また、商標登録も行い、地元の催し物でも販売している。

(2)　電子商取引

マーケティング能力や情報活用能力の向上と起業家の育成・地域経済への貢献を目標に平成16年度よりインターネット上にｅ－ｓｈｏｐ「倉商マーケット」を経営している。地元特産品・本校開発商品をカートサービス付きレンタルサーバを利用し、ちらしやメールによる販売促進を行いながら、魅力あるｅ－ｓｈｏｐづくりを心掛けている。売上アップを目指して日々生徒の手で運営しながら、実践的な教育を行っている。

(3)　倉商マーケット

生徒・職員が株主である「株式会社　倉商」を起ち上げ、文化祭において売上1,000万円来場者数１万人を目指して２日間販売を行っている。食料品・日用品・家具・家電等、多彩な商品を取り揃え、地域に密着したマーケットを展開し、商品・サービスの質の向上、あたたかいおもてなしの心を意識して、日頃のビジネス教育の実践の場として行っている。

(4)　２学期制の導入

推薦入試は学科別に募集し、一般入試ではくくり募集のため、学科別の学習が２年から実施していた為、専門性の深化が遅れていた。そこで、２学期制を導入し、１年の後期から学科別の学習が取り組めるようになった。また、簿記関連科目の単位数を２年次に増やした。

Ⅲ　現状と課題

１．学科別検定目標および合格状況

職業資格等	学科	検定目標級 総ビジ	国ビジ	専門進学	情ビジ	会ビジ	合格状況 級	18年度	19年度
簿　記	日　商	２級	２級	２級	２級	１級	２級	23	35
	全・県商						１級	156	211
情報処理	経済産業省				基・シ		基・シ	３・５	５・11
	全商（ビ情）	１級	１級	２級	１級	２級	１級	30	55
	全商（プログ）				１級		１級	42	44
ＣＣＮＡ	ｼｽｺﾈｯﾄﾜｰｷﾝｸﾞ				CCNA1		CCNA1	39	39
	アカデミー				CCNA2		CCNA2	13	
英　語	日英協		２級	２級		２級		4	5
	全　商	２級	１級	１級	２級	２級	準２級	39	30
ワープロ	全・県商	１級	２級	２級	２級	１級	１級	60	107
珠算電卓	全・県商	１級	３級	３級	３級	１級	１級	157	185
商業経済	全　商	１級	２級	２級	２級	２級	１級	10	5
販売士	日　商	２級				３級			34
ﾋﾞｼﾞﾈｽﾏﾅｰ	実務技能検定協会	３級				３級	準２級	11	17

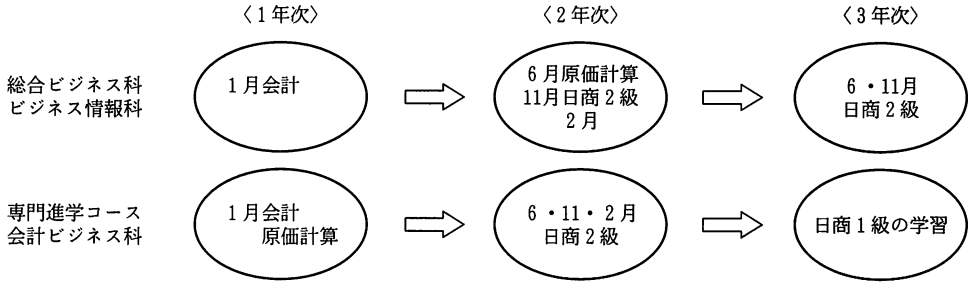
学科の特色に応じて検定の目標級を設定しているが、上級資格の合格者が伸び悩んでいる。また、教育課程は3年間の平均をみると、普通科目が17～20、専門科目は8～11単位と専門科目の単位数が少ない。

Ⅳ　具体的な取組内容

1．簿記教育の体系

平成18年度入学生の総合ビジネス・ビジネス情報科は3年間でやっと総合1級、専門進学コース会計ビジネス科は日商2級が取得できる状態で、上級資格の取得者が少なかった。そこで平成19年度入学生から簿記の単位数を2年次に増やし、簿記の進度を全学科で日商2級、会計ビジネスと専門進学コースは日商1級を学習できるように変更した。

平成19年度入学生



＜2年次＞

時期			4～6月	6月	7月	8～10月	11月	12月	1月	2月	3月
検定				全商・日商	県商		日商		全商	日商	
学科	単位数	習熟度	受験種目・学習内容								
総ビ	会計2	会計合格者	← 日商商簿 →				2級			2級	
		会計不合格者	会計の復習	会計	← 日商商簿 →					2級	
	原価2	会計合格者	← 原価 →		原価	日商工簿	2級			2級	
		会計不合格者								2級	
専進	会計後3	会計合格者	日商商簿	2級			2級			2級	
6単位を分ける		会計不合格者	会計の復習	会計	←日商商簿→		2級			2級	
	原価前3	原価合格者	日商工簿	2級			2級			2級	
		原価不合格者	原価の復習	原価	←日商工簿→		2級			2級	
国ビ	会計選3	会計合格者	← 原価 →		原価	← 日商商簿 →					
		会計不合格者	会計の復習	会計	← 原価 →				原価	← 日商商簿 →	
ビ情	会計3	会計合格者	← 日商商簿 →				2級			2級	
		会計不合格者	会計の復習	会計	← 日商商簿 →					2級	
	原価2	会計合格者	← 原価 →		原価	日商工簿	2級			2級	
		会計不合格者								2級	
会ビ	会計3	会計合格者	日商商簿	2級	←日商1級→		2級			2級	
		会計不合格者	会計の復習	会計	←日商商簿→		2級			2級	
	原価前2	原価合格者	日商工簿	2級	←日商1級→		2級			2級	
	管会後2	原価不合格者	原価の復習	原価	←日商工簿→		2級			2級	

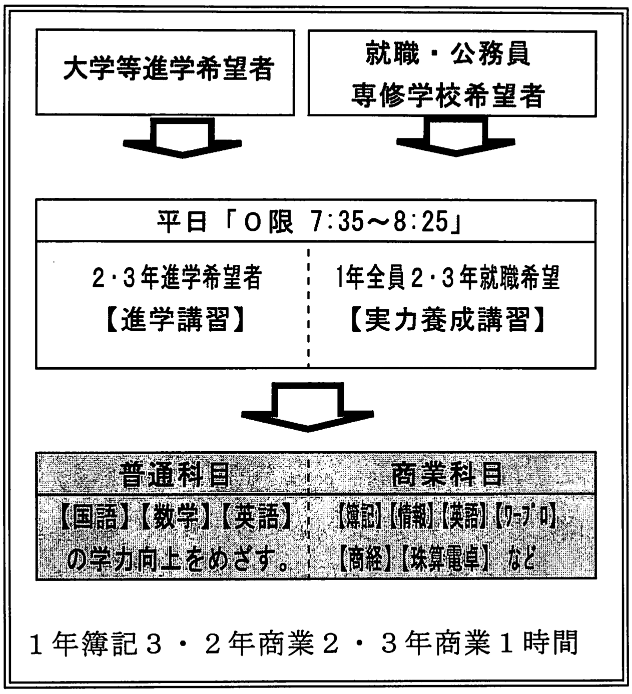
※日商2級は全商1級を取得した生徒が受験する。

＜3年次＞

時期			4～6月	6月	7月	8～10月	11月	12月	1月
検定				全商・日商	県商		日商		全商
学科	単位数	習熟度	受験種目・学習内容						
専進	財務選4	日2級不合格者		2級			2級		
国ビ	原価選2	全1級合格者	←日商工簿→	2級			2級		
会ビ	会実3		← パソコン会計・日商1級 →						
	管会選2	日2級合格者	← 日商1級 →				1級		
	財務4	日2級不合格者	←日商2級→	2級	← 日商1級 →				

2．朝課外の活用

＊全学年課外授業



3．土曜セミナーの活用

土曜校時

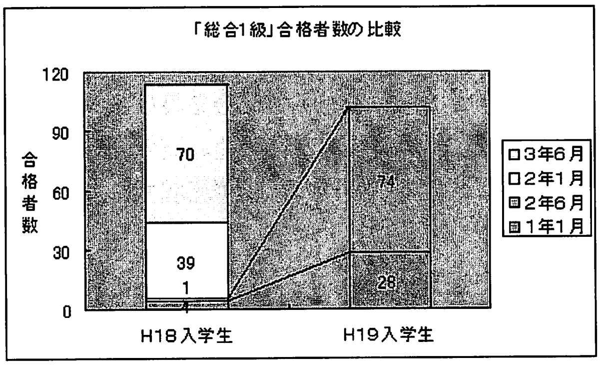
0	限	7：35	〜	8：25
点	呼	8：30	〜	8：40
1	限	8：40	〜	9：30
2	限	9：40	〜	10：30
3	限	10：40	〜	11：30
4	限	11：40	〜	12：30

キャリア教育の推進、外部講師による講演、各種資格取得講座を土曜セミナーで実施し、簿記の指導に活用した。

4．ふれあい合宿

1年の夏休みに実施する勉強合宿にも簿記コンクールを取り入れ、学校行事にもリンクさせた。成績優秀者を表彰し、緊張感を持たせながら実施できた。

5．今後の課題とその対応



＊問題点と対応策＊

問題点		対応策
・生徒の理解度の差	⇨	・再試による指導
・1月検定合格50％		・2年次の習熟度別授業
・担当者の問題		・1人1クラス担当
・導入の時間不足		・4．5月の進度の工夫
・資格取得への意欲		・6月全商3級受験

18年度入学生と19年度入学生の合格者数を比較してみると、グラフが示すように、明らかに合格者数が増加している。また、2年後期から3年の結果が出ていないので、日商簿記検定の成果がわからないが大いに期待できるのではないだろうか。

Ⅴ おわりに

教育課程の改訂、授業進度の調整、朝課外・土曜セミナーの利用、学校行事とのリンクと様々な手法で簿記教育の上級資格取得に繋がるように取り組んできた。問題点もあるが、良い方向に向かっていると思われる。何よりも生徒の中に自信と意欲が見えつつある。授業進度が速いので、本校の教育目標である「予習を前提とした授業の展開」を教える教員側、そして、学ぶ生徒の方も意識するようになってきている。予習をして授業を受ければ、より一層理解が進み、向上心が育ってくる。当然、限られた時間で最大の教育効果を上げるためには、教員の指導力も高めなければならない。今回の簿記教育の取り組みは、商業の簿記関連科目だけではなく、学校全体の教育力の向上に繋がりつつある。

宮崎県の会計分野に対する取り組み

― 宮崎県商業教育研究会と宮崎商業の取組を中心とした高度専門職業人の育成について ―

宮崎県立宮崎商業高等学校　教　諭
宮崎県商業教育研究会　事務局　**小川晴彦**
宮崎県立宮崎商業高等学校　教　諭
宮崎県商業教育研究会　事務局　**長澤良彦**

Ⅰ　はじめに

近年の日本経済を取り巻く環境は、10年以上に及ぶ長期の経済低迷下にあった。そうした中、経済社会は、ビジネスに関する専門的な知識・技術を有した人材、すなわち「高度専門職業人」を求めてくるようになった。新しいビジネス教育における専門知識と技術の高度化に対応するために、簿記会計の分野においても宮崎県内の商業科職員の資質の向上と、指導者養成、さらに商業に関する学科で学ぶ現役高校生に対する高度「会計」専門職業人の育成は急務である。そのために、ここ数年の宮崎県商業教育研究会及び宮崎商業高等学校経営科学科で取り組んできた内容の一端を明示することとした。

Ⅱ　宮崎県の抱える課題

全商簿記検定試験がＹＥＳプログラムで認定されるなど、社会的認知度が上がってきた。それに伴い、さらに高度な資格取得を求める動きが出てきた。現に全商簿記検定にも、上級（提案当初予想された名称）設定の動きがあり、宮崎県内の生徒全てに対して、均等に学習する場所と機会を設けることが急がれた。そこには、経済基盤が弱く、地元に社会科学系の国公立大学がないといため、質の高い教育を受ける機会が少ないという宮崎県の実情や、高いレベルの指導が可能な職員の育成が達成されていないという大きな課題があった。

Ⅲ　宮崎県商業教育研究会及び宮崎商業高等学校経営科学科の取り組み

１．宮崎県商業教育研究会の取り組み

(1)　18・19年度宮崎県商業教育研究会主催「高度資格研修会（日商簿記検定１級講座)」開設

「宮崎県の商業教育全体の底上げ」を狙いとして、平成18年から県内の商業科職員及び商研加盟校の生徒が一同に会し、日商簿記検定１級の研修会を受講することを試みた。目的は以下の２点にあった。

①　商業科職員の資質の向上および指導者養成

平成18年４月10日に全商検定試験検定委員会「財団法人　全国商業高等学校協会各種検定試験の在り方についての中間答申」において、『全商の検定試験に、簿記の上級検定試験を設置する』旨の内容が発表された。このことを受けて、宮崎県商業教育研究会でも早急に次のことを検討した。

ア．早急に、その当時の全商簿記１級より高いレベルの内容を指導できる職員の養成が必要であること。 イ．指導できる職員が不在の学校が不利益を被らないこと。

次に、商業教育の現状と課題より、専門的職業人への挑戦として、不易といわれる簿記の科（その中でも日商簿記１級）の内容が今後ますます重要視されると予想し、次のことを考えた。

ア．県内の日商１級の指導者養成が急がれること。（複数名） イ．１級指導の可能な職員が、学校現場で生徒に還元する機会を増加させること。

② 日商簿記１級受験を希望する生徒への学習機会の提供

18年度当初（現在でも）、県内では日商簿記検定１級を受験したいと希望している生徒もいたと思われる。しかし、指導者不在であったり、学習の方法、学習の場の機会が十分でなかったという背景があった。そのため、宮崎県商業教育研究会が音頭を取り、講習会を設けることで、高度な簿記の資格を取得したいという意欲を持った生徒の能力を伸ばしつつ、進路実現の一翼も担うことができないかと仮定した。そのため次のことを考えたのである。

ア．極力、負担のかからない方法で、良質の講座および学習研修会の場を与えられないか。 イ．次代を担い、将来、宮崎県の商業教育の目標になるような生徒の育成ができないか。

(2) 高度資格研修会（日商簿記検定１級講座)」の内容

18・19年度に実施した「高度資格研修会」については、以下のような内容で実施した。

① 趣旨・目的

今日の日本経済を取り巻く環境は、10年以上におよぶ長期の経済低迷下にある。このような中、ビジネスに関する専門的な知識・技術を有した人材への社会的ニーズがいっそう高まっている。これらの認識のもとで、新たなビジネス教育における専門知識と技術の高度化に対応するために、県内商業科職員の資質の向上と指導者養成、さらに、商業に関する学科で学ぶ現役高校生に対する学習機会の提供ということを考え、日本商工会議所主催の簿記検定試験に対する取り組みと研修を行うものとする。

② 開 催 日　平成18年７月から土曜日を中心に月２回のペースで開催
時間は9:00～13:00の４時間とする。

③ 開催期間　本年度は18年７月から19年２月までの開催とする。

④ 会　　場　宮崎商業高等学校　多目的教室１

⑤ 研究内容　日本商工会議所主催簿記検定１級

⑥ 講　　師　外部講師

⑦ 参加資格　ア．県内で受講を希望する商業科職員(講師の先生含む)
イ．全国商業高等学校校長協会の会員校在籍生徒であり、現在日商簿記検定１級を受験予定の生徒

⑧ 受 講 料　無料（商研負担）

(3) 高度資格研修会（日商簿記検定１級講座)」２カ年での課題

都合２年間実施した高度資格研修会であったが、どうしても解決できない課題が残った。以下の点がその課題である。

① 講師の先生方が勤務されている会社の関係で、平日に開催することや、１日に多くのコマ数を依頼することに限界があった。

② 遠距離の参加者（特に参加生徒）にとって、年間20回近く宮崎市まで来ることに、経済的負担が非常に重かったこと。この点に関して、どうにも補助ができなかった。

③　手弁当にも限界があり、職員の意識も徐々に低下をしてしまった。勤務形態にも負担があった。
④　結果がでない。
⑤　平成20年度より講師の先生方の都合がつかなくなったこと。

(4)　平成20年度高度資格取得合同キャンプへの移行

「どげんかせんといかん」のもと、課題解消に向けて、従来の「通い研修」から「宿泊研修」への形態変更をはじめ、簿記のみならず、情報及び外国語分野でも研修分野を広げ新しい第１歩を踏み出すこととした。

①　研修内容　ア．日本商工会議所主催簿記検定１級講座
　　　　　　　イ．基本情報技術者試験講座
　　　　　　　ウ．ＳＴＥＰ英検２級、全商英語検定１級講座
②　開　催　日　（夏季休業中）平成20年７月30日(水)～８月２日(土)　３泊４日
　　　　　　　（冬季休業中）平成20年12月25日(木)～12月28日(日)　３泊４日
　　　　　　　上記ア．のみ直前対策
　　　　　　　（６月検定向）平成20年５月31日(土)、６月１日(日)、６月７日(土)
　　　　　　　（11月検定向）平成20年11月８日(土)、11月９日(日)、11月15日(土)
③　実施場所　夏季休業中は青島青少年自然の家、冬季休業中は御池青少年自然の家
　　　　　　　日商簿記直前対策は宮崎商業高等学校
④　実施時間数　夏季休業中と冬季休業中
　　　　　　　（１日目）午前：開会行事、講話　午後：４コマ
　　　　　　　（２日目）午前：４コマ　　　　　午後：４コマ
　　　　　　　（３日目）午前：４コマ　　　　　午後：４コマ
　　　　　　　（４日目）午前：４コマ　　　　　午後：２コマ　　合計26コマ
⑤　実施形態　夏季休業中と冬季休業中は宿泊研修（合宿形式）
　　　　　　　日商簿記直前対策は希望者に宮商会館の宿泊を斡旋する。
⑥　講　　師　日商簿記１級講座に関しては外部講師（未定）
　　　　　　　その他の講座は県内公立学校職員で実施
⑦　参加資格　①　県内で受講を希望する商業科職員（講師の先生含む）
　　　　　　　②　全国商業高等学校校長協会の会員校在籍生徒であり、高度資格取得合同キャンプのいずれかの受講を希望する生徒
⑧　受　講　料　無料（商研負担）　教材費については自己負担（生徒、職員とも）
⑨　宿　泊　料　生徒無料、職員学校負担（出張扱いとする）
⑩　旅　　費　生徒自己負担、職員学校負担（出張扱いとする）
⑪　食　事　代　生徒・職員とも自己負担

２．宮崎商業高等学校経営科学科の取り組み

(1)　経営科学科設立にあたって

宮崎県でも生徒数の激減、及び「商業教育は必要だが商業高校はどうなのか」といった現実的な問題を突きつけられている。それでも、宮崎県内の高等学校の構成比は普通科と職業系の学科の割合がちょうど半分ずつである。その中で、宮崎商業高校も平成19年度より、旧来の８クラスから７クラスに減らされることになった。しかし、ただクラス数減を黙って受け入れるのではなく、これをチャンスと捉え、高度専門職業人の育成に向けた「進学に特化した」学科を創設することにした。

(2) 経営科学科のＰＲ

「待っているだけでは、生徒は来ない。」という意識で、設立に関わった職員で経営科学科のＰＲがはじまった。その理由として、宮崎県内のほとんどの中学校が、宮崎商業高校の「会計科」という学科名が、単に「経営科学科」に変わっただけで、内容的には大きな変更がないという認識であったためである。

そのため、学校案内やリーフレットと共に、ポスターなどを作成し、県内の教育事務所、中学校を手分けして、全て回った。しかしながら、このときＰＲに最も力を注いだのは、「塾」であった。塾のとりまとめをされている所に了承を得て、県内のほとんどの塾を回り、学科の理解をお願いした。その中で、次のようなパンフレットを用い、説明を行った。生徒を確保するために、塾を回るという方法が、正しいのかどうかは別にして、大きな効果を上げげたのは間違いない。

(3) 経営科学科のカリキュラム

将来、会計の高度専門職業人（Professional）として活躍できる資質や能力の育成を目指すということで、高校在学中に、日本商工会議所主催簿記１級や実用英検２級など高度な資格を取得し、それらを大学等でさらに深化させるという目標の下、以下のようなカリキュラムを組み、到達目標を定めた。なお、カリキュラムの特徴としては、月曜日から金曜日まで全て７限授業を組んだことと、簿記の朝課外が全て入ってきたことである。そのため、１年次に簿記分野の実質的な授業は15コマ設定された。

<table>
<tr><td></td><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td><td>11</td><td>12</td><td>13</td><td>14</td><td>15</td><td>16</td><td>17</td><td>18</td><td>19</td><td>20</td><td>21</td><td>22</td><td>23</td><td>24</td><td>25</td><td>26</td><td>27</td><td>28</td><td>29</td><td>30</td><td>31</td><td>32</td><td>33</td><td>34</td><td>35</td></tr>
<tr><td rowspan="2">1年生</td><td colspan="4">国語</td><td colspan="2">地理歴史</td><td colspan="3">数学</td><td colspan="2">理科</td><td colspan="3">保健体育</td><td colspan="5">外国語</td><td colspan="15">商業</td><td rowspan="2">LHR</td></tr>
<tr><td colspan="4">国語総合</td><td colspan="2">世界史</td><td colspan="3">数学Ⅰ</td><td colspan="2">理科総合A</td><td colspan="2">体育</td><td>保健</td><td colspan="5">英語Ⅰ</td><td colspan="2">ビジネス基礎</td><td colspan="5">簿記</td><td colspan="3">原価計算</td><td colspan="2">会計</td><td colspan="3">情報処理</td></tr>
<tr><td rowspan="2">2年生</td><td colspan="3">国語</td><td colspan="2">公民</td><td colspan="2">数学</td><td colspan="2">理科</td><td colspan="3">保健体育</td><td colspan="4">外国語</td><td colspan="2">家庭</td><td colspan="15">商業</td><td rowspan="2">総学</td><td rowspan="2">LHR</td></tr>
<tr><td colspan="3">現代文</td><td colspan="2">現代社会</td><td colspan="2">数学A</td><td colspan="2">理科総合B</td><td colspan="2">体育</td><td>保健</td><td colspan="4">英語Ⅱ</td><td colspan="2">家庭総合</td><td colspan="5">財務会計Ⅰ（習熟）</td><td colspan="4">管理会計（習熟）</td><td colspan="4">ビジネス情報</td><td colspan="2">商業技術</td></tr>
<tr><td rowspan="2">3年生</td><td colspan="3">国語</td><td colspan="2">地理歴史</td><td colspan="3">数学</td><td colspan="3">保健体育</td><td colspan="2">家庭</td><td colspan="4">外国語</td><td colspan="2">芸術</td><td colspan="15">商業</td><td rowspan="2">LHR</td></tr>
<tr><td colspan="3">現代文</td><td colspan="2">日史Aまたは地理A</td><td colspan="3">数学Ⅱ</td><td colspan="3">体育</td><td colspan="2">家庭総合</td><td colspan="4">リーディング</td><td colspan="2">芸術</td><td colspan="2">課題研究</td><td colspan="4">経営科学（習熟）</td><td colspan="3">会計実務（経営分析）</td><td colspan="2">経済活動と法、</td><td colspan="4">財務会計Ⅱ（習熟）</td></tr>
</table>

1年次					2年次					3年次				
7月	10月	11月	1月	2月	6月	9月	11月	1月	2月	6月	7月	9月	11月	1月
全経簿記2級	英語検定準2級	日商簿記2級①	全商簿記1級	日商簿記2級②	日商簿記1級①	全商ビジネス情報1級	日商簿記1級②	英語検定2級	全経簿記上級①	日商簿記1級③	小論文指導開始	大学AO入試	大学推薦入試	大学入試センター試験

Ⅳ おわりに

今回、全商研究大会で発表させていただいたが、宮崎県商業教育研究会の取り組みも、宮崎商業高校の経営科学科の取り組みもスタートを切ったばかりで、本当の真価が問われるのは、これからである。それでも合同キャンプや日商簿記１級受験者は増加し、意識の高まりは感じている。目指す方向性は正しいと信じて、今後の取り組みに繋げていきたい。

企業会計と税務会計の新しい融合

― 高校簿記と税法学習の連携 ―

神戸市立兵庫商業高等学校　尾　仲　敏　郎

Ⅰ　はじめに

税制のあり方は、経済学や法学分野で活発に議論されているが、会計学からのアプローチが少ないのが現実である。個人的には、税務会計論は、課税標準や税額の計算方法を明確にするだけでなく、情報開示研究もなされるべきだと考えている。どの税法を学習単元にするかは議論のあるところだが、高校生レベルであっても、租税学習を簿記会計の応用領域、あるいは、所得税法を中心とした確定申告制度を一般常識として、定着させていくことは大きな意味を持つ。

課題となるのは、税務会計論が簿記会計のみならず、様々な領域との接点が多いことにある。当然、どの分野からの研究成果を税務会計論が積極的に取り入れるべきなのか。仮に、取り入れるとして、何を、いかなる位置付けで行うのかを、はっきりさせなければ、授業者としても、展開は極めて難しい。例えば、税務会計原則論を定義する場合、課税公平・応能負担などの考え方が話の前提となってしまうが、もともと、こうした考え方は、財政学や法学での概念であるし、研究者レベルでも、会計学の分野にどのような活用を行うかは、まったく、議論されていないようにも思える。単なる外部から与えられたもの（外生変数であって、内生変数ではない）と扱うだけで、合意を得ていない。

研究者の方々には失礼な発言とはなるが、この放置が現場の高校教師に「税務会計は重要な領域であるが、立ち入ってはならない学習内容である」と誤解を与えてきた大きな要因でもあると、私自身は考えている。会計学を前提にして、税法規定をフィードバックしながら税制を研究するという発想・視点が乏しいのだろうか。「経済は経済。会計は会計」と発想が分断されていることは残念で仕方がない。

確かに、税制自体は法学であるし、それを国民経済レベルで収支計算するのは財政学かもしれない。ただし、税務会計論は、税法規定を理解するだけでなく、経済全体で、そうした税法規定が、どのようなシステムに組み込まれ、どのように機能しているのかを理解させた上で、生徒たちとは本格的な学習を始めていきたいと思う。社会全体の分析視点と一緒に会計レベルで物事を見つめて、視点を比較・検討できるだけのパラダイムシフトを、ぜひとも、商業高校生、特に、簿記・会計・商業経済を学ぶ生徒には身につけさせたいのである。それが、税制を会計理論の立場から総合的に検討することにもつながるし、国民の納税意識高揚にもつながるのではないか。

「納税行為を通じて、社会参画していく」、それを抵抗無く実現させていくためにも、税務会計論の学習は大切にしていきたいと考えている。税制がもたらす会計実務・会計制度への影響や問題点は無視できない。とりわけ、課税標準の算定プロセス（所得税法）については、高校生が生活知識として理解していても、全くの無駄にはならないのではないか。また、法人税法と所得税法の学習をどのようなバランスで、生徒諸君に促していけばいいのか、大きな課題となることは言うまでもない。

Ⅱ　税務会計論の一般規定が見えにくい

財務会計論や原価計算論では、企業会計基準や原価計算基準などの慣習法令・財務諸表規則・商法計算書類規則等に代表される法的根拠が明確に定められており、その基準の是非を巡って、数多くの会計学研究が積み重ねられてきた。会計原則や会計基準が会計学研究や会計実務の場でシステムとして機能し、研究者や実務家の共通規範として認識されることで、企業会計は発展・進化してきた。

一方、法人税法や所得税法に代表される税務会計分野は、従来の企業会計とは独立した形で、制度会

計の枠にはめ込まれている。しかも、企業会計で求めた当期利益を税法規定に従って調整することで、企業会計が税務会計に歩み寄ってきた（税務調整）のだ。従って、税務会計自体、極めて実践的な要素が強いし、会計学研究とは切り離されて、個別対応されている。この実践性に着目する限り、税法が単なる法令ではなく、企業会計基準や原価計算基準と同じく、会計規範モデルを形作る必要性はあるのだが、実情はお粗末である。税務会計に関する定義や問題解決のための判断基準が乏しいことは、税法の計算過程が、その場その場の個別判断で対応されてきたことを意味するし、継続的な議論も、首尾一貫した会計処理も成り立ちにくくしている。単なるルールの解説に終わってしまう危険性すらあると思う。これは個人的な意見だが、税法の規定を所与のもの(外生変数)として、その是非をなんら問題とせず、あるがままに条文に当てはめることは、かえって、税務会計の問題点を軽視しているのではないか。

たとえ、高校生レベルの学習であっても、税務会計論の意義や役割・必要性を明らかにして、その姿を学習の中で体系化していくことが重要である。税制調査会答申を見ても、「公平・簡素・中立」の原理原則を税制改革の中心的な理念として掲げているが、国民経済的な見地からの抽象論だけであって、学習者の立場・納税者からの立場からの考察が乏しいことは否定できないのではないか。はっきり言えば、分かりづらいのである。課税主体からのアプローチだけではなく、企業会計（会計学）全体からの視点から税務会計の果たす役割や位置付けが表現できないものだろうか。実は、このことは、私が長年、税務会計の授業を受け持ちながら、大いに悩んできたテーマでもある。

Ⅲ　高校簿記の現状

4年制大学経営学部の教育課程を見る限り、会計学系列のコア科目に「税務会計論」が含まれていないことに誰もが疑問を感じるだろう。高校同様、どうしても、簿記や財務会計論・原価計算論が中心科目となるのは仕方がない。とりわけ、日本の会計教育が簿記教育との関連において展開されてきた経緯を踏まえると、「最初に、複式簿記原理ありき」として教育目標と掲げられてきたことと密接な関係があるのだろう。高校現場でも、商業簿記・工業簿記を中心に、各種検定試験を通じて、一定の成果を挙げ、会計技術の普及・教育水準向上に一定の役割を担ってきたことは評価したいと思う。

つまり、複式簿記を学ぶことは、適切な計数管理にもつながる。会計学の技術的な側面を簿記が支えて、簿記の基礎・基本を理解することが商業高校生の学ぶべき内容・教科目標だと考えられ、実践されてきた。ただし、その技術的な単元ばかりが強調されすぎてはいないだろうか。本来であれば、会計学としての理論的な位置づけ、会計学原理らしき方法論（科学的演繹法・測定理論）まで踏み込んで学ぶべきではないのか。疑問は広がるばかりである。

確かに、会計理論は会計公準（企業実体・継続企業・貨幣表示）の縛りはあるものの、一定の条件下では大きな分析効果をもたらす。経済学で言う「比較静学」の考え方と似ており、"ceteris paribus"や"other things being equal"を前提とした範囲で分析ツールとして活用することは、なんら問題ないと思う。ただし、分析ツールとして、有効な部分と非力な部分（限界値）も存在するのである。

簿記会計を授業担当するのであれば、会計学の限界も生徒に教えるべきではないだろうか。

今日のように、経済社会が複雑に進化し、真の意味での会計的センス・会計マインドを備えた人材を養成するためには、簿記に留まらず、財務会計論（国際会計論を含む)、原価計算・管理会計、税務会計論、監査論、会計情報システム論および経営分析論まで視野を広げることは重要である。目的に応じた分析手段の使い分けも不可欠であろう。もちろん、場合に応じて、縦割りの科目編成で教育する不都合を克服するだけのcase-studyも積極的に取り入れるべきである。ただし、これらのアプローチもひとつの考え方であって、全てではないのである。個人的には、もっと複合的な視点が、経済分析・会計分析には必要だと思うし、それを意識した教育プログラムが高校生にも提供されるべきではないのか。
複数の会計学分野を横断的に連携し、学習者に複数の分析視点を身に付けさせ、シナジー効果を図ることは意義深い。経済学（金融経済・財務管理を含んで）・経営学・統計学・企業法など、他の隣接分野

をも有機的に統合した包括的な会計教育を展開する動きが、数多くの大学で見受けられることも多くなっている。高校現場でも、もっと最先端の会計技能を修得してみてはどうだろうか。それが社会科学の醍醐味だと言えるし、何よりも社会が望んでいることでもある。より深く、専門的に、である。公認会計士試験の制度変更もこの点に起因していると考えてよいと思う。

会計制度は、実務との関連性で、政治的な要因や実業界からの意向を取り入れることもあるが、原則として、会計理論を基礎に議論・設定されるのが本筋である。これは、社会科学そのものの大きな特徴で、実践性を重んじる風潮が強い。あくまで、実践（実務）者として実際に業務を行うのは人である。

企業などの経済主体を考え、制度に基づき、人が会計データを用いて、認識・測定・記録・報告という一連の行為を施すプロセスを私達は「会計」と呼んでいるが、どうしても欠落しがちになるのが「情報の受け手に対しての説明責任」である。会計情報を受け取り、解釈して判断を下すのも人なのである。受け手がどんな解釈をするのか。それは、もはや、個人の問題ではなく、「適切な時期に、適切な内容で情報を伝える」という社会制度・経済構造の問題を含んでいる。とりわけ、税務会計論は課税所得を計算する役割を果たすだけに、その責務は重い。当たり前だが、会計制度がスムーズに成立するだけの環境作り・教育体制がなによりも重要ではないのだろうか。

昭和35年	昭和45年		昭和53年	平成元年	平成10年
商業一般	商業一般	英文タイプ	商業経済	流通経済	ビジネス基礎
商事	経済	速記	簿記会計Ⅰ	簿記	課題研究
経営	経営	秘書事務	簿記会計Ⅱ	情報処理	総合実践
経済	商業法規	事務実践	情報処理Ⅰ	計算事務	商品と流通
商業法規	簿記会計Ⅰ	商事	計算事務	総合実践	商業技術
商品	簿記会計Ⅱ	売買事務	総合実践	課題研究	マーケティング
商業簿記	簿記会計Ⅲ	商品	商品	商品	英語実務
銀行簿記	工業簿記	市場調査	マーケティング	マーケティング	経済活動と法
工業簿記	銀行簿記	広告	商業デザイン	商業デザイン	国際ビジネス
会計	機械簿記	商業美術	商業経済Ⅱ	商業経済	簿記
計算実務	税務会計	商業英語	商業法規	経営	会計
統計事務	経理実践	商業英会話	貿易英語	商業法規	原価計算
文書実務	事務	貿易実務	工業簿記	英語実務	会計実務
商業英語	事務機械	貿易実践	税務会計	国際経済	情報処理
和文タイプ	事務管理	商業実践	文書事務	工業簿記	ビジネス情報
英文タイプ	計算事務		タイプライティング	会計	文書デザイン
速記	統計事務		情報処理Ⅱ	税務会計	プログラミング
商業美術	経営数学		経営数学	文書処理	
商業実践	電子計算機一般			プログラミング	
商業実務	プログラミングⅠ・Ⅱ			情報管理	
	和文タイプ			経営情報	

表4　高等学校商業科目の推移（論者の調べによる）

Ⅳ　本校の取り組み

3年会計コース（2クラス）を中心とした会計科目の発展形として、6月の日商簿記検定終了後から「税務会計論」「会計監査論」の授業内容を適宜、取り入れている。

平成18年度は、所得税法のあらましから確定申告書の作成まで取り扱った。補助プリントを使いながら、10個の所得概念を明らかにしていった後、所得控除・税額控除・損益通算を経て、申告書作成まで系統立てて説明を加えた。

教材確保の部分で困難な場面が多々あり、古い教材の学習内容で税率の変更等、新しい項目を適宜、

付け加えながら、授業を運営している。新学習指導要領が導入され、商業科目の中から「税務会計」が消え、教科書購入さえ難しくなっていることを考え合わせると、理論と実務の連携を意識しながら、練習問題を数多く設定していく必要性がある。簿記・会計で取り扱う「決算」の単元が、税務学習上、所得税法・法人税法のいずれであっても、「確定申告書の作成」に該当するだろう。両者共に総まとめ的な内容であり、極めて重要な部分でもある。それゆえに、この申告書作成の部分だけは、可能な限り、専門家による詳細な説明・演習を加えていくのが本筋であって、これが最も教育効果が大きい。

この外部講師招聘には大きな理由が2つ存在する。

ひとつは教師自身が税務会計の専門家ではないこと。簿記・会計の指導には長けていても、税務の分野では一般市民と同じレベルであること（つまり、一般納税者であり、租税負担する側である）。

第2点は、わずかな時間であっても、外部の方々の熱心な講義を生徒諸君に聞いてもらうことに大きな教育効果があると判断したことである。この取り組みに関する限り、これまでの判断は、決して間違いはなかったと自負できる。生徒にも好評である。

幸いなことに、本校の立地する神戸市北区・市立神港高校の立地する神戸市兵庫区を管轄する大阪国税局兵庫税務署は外部講師受託にも柔軟に理解を示して下さっている。兵庫税務署は小学生・中学生を対象にした「租税教室」でも、国税局管内で数多くの実践経験を持っておられ、我々の神戸市教育委員会が実施する「市民専門講師招聘制度【外部講師招聘】」を上手に活用することで、3～6時間程度の授業依頼は簡単に実現できる。講師を受けて下さるのは、すべて、現役の税務署職員の方々であるが、決して、教育のプロパーでもなく、時間が許す限りにおいて、team-teaching形式で、現場教師と一緒になって授業展開することをお願いしてきた。その方が聞き手である生徒にも学習ポイントをずらすことなく、授業展開を行うことが可能である。ただし、事前にかなり綿密な打ち合わせが必要ではある。

税務署の方々をお迎えして授業展開を行う場合に、最も重要な課題となるのは、どの税法を取り扱うかである。言い換えれば、所得税法か法人税法のいずれに的を絞るかにポイントは集約できる。確かに税理士試験では法人税法・所得税法のいずれかを受験しなければならないのだか、決して、この選択は受験の問題だけではなく、社会人になってからの必要性にも、大きく左右される。試験自体の科目受験生は、圧倒的に法人税法が多いのだが、それは税理士業務の仕事内容と必ずしも一致するものではないと聞いている。所得税法を専門的に扱う税理士が社会的にも数多く求められているのである。

当然、どの税法を取り扱うかは、毎年、授業担当者間で大きな議論となってきた。とりわけ、法人税法の理論展開が、小さな項目の集合体であって、全体像が分かりづらいのが難点でもある。

私の見る限り、法人税法学習の必要性が、現在の高校生にどれほど見出せるかは疑問な部分が多い。就職して、経理担当者となった場合でも、会計制度上、ある程度の資本規模を有する企業でなければ、その現場では法人税法適用とはならず、あきらかに所得税法が該当する。就職先の会社規模によっては、直接、実践性と結びつかない授業展開になる恐れは存在する。しかも、生徒が将来、職業人となって自活していくこと・納税者としての役割を果たすことを考え合わせると、はるかに所得税法の学習の方が意義深いことは簡単に理解できるのである。税務会計論の概要を語ることと高校現場で教育実践していくことの乖離は、残念だが、この場面でも生じてしまう。

税務会計論を語る時、どの税法を授業の中で学んでいくべきか、その選択が大きな分岐点だと言える。

地域社会を教材とした体験的な知的財産教育の実践

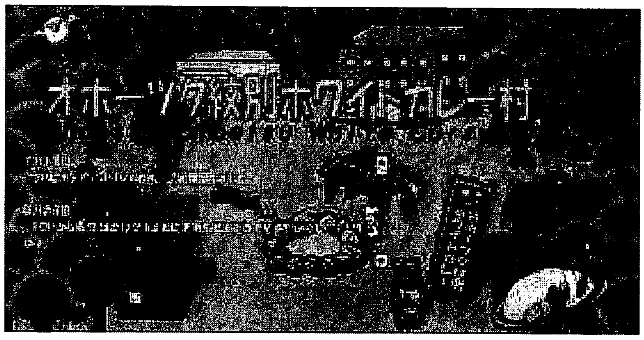
― 使用許諾を得る体験からキャラクタービジネスへ発展させる取り組み ―

北海道紋別北高等学校　教諭　　会　津　拓　也

Ⅰ　はじめに

日本のコンテンツ産業規模は13兆円、アメリカに次いで世界第２位である。映画や漫画、ゲームソフトなど、世界に誇る作品を世に多く送り出している。さらに、インターネットが発達した経済社会においては、誰もがコンテンツを使用するだけでなく、自らコンテンツを創造し、ビジネスにつなげることが容易になっている。このような状況の中で、高等学校の商業教育においても、著作権教育は、単に、モラルの学習に留まらず、著作物を財産として捉え、ビジネスとしてどのようなルールで使用するか考えさせる教育が求められている。

このような観点を踏まえ、より体験的な学習教材として、地域社会と連携したＷｅｂサイトの制作・運営に取り組んだ実践である。



http://www.monbetsukita.hokkaido-c.ed.jp/wh/wh.html/

Ⅱ　活動内容

１．誕生から成長へ

(1)　オホーツク紋別ホワイトカレー

「オホーツク紋別ホワイトカレー」とは、紋別ご当地グルメ開発推進協議会事務局（市役所商工労働観光課）が旅行雑誌「じゃらん北海道」と協力して開発したブランドである。このブランドにはいくつかの定義があり、それを満たした店舗のみ扱うことができる。紋別市としては、このブランドを地域振興に役立てようと期待しているところではあるが、営利目的の活動が行いにくい地方自治体の事情があり、このブランドを紹介するための公式Ｗｅｂサイトが存在しなかった。そこに着目し、本校生徒による公式Ｗｅｂサイトの立ち上げと運営について提案したところ、快諾していただいたのが始まりである。

そして、今回の取り組みから誕生したＷｅｂサイトが、「オホーツク紋別ホワイトカレー村」である。「紋別市のご当地グルメである、オホーツク紋別ホワイトカレーをオホーツクにちなんだ動物たちが紹介する。」というコンセプトで、現在も本校生徒が運営している。

(2)　Ｗｅｂサイトのコンセプト

①　キャラクター

キャラクターデザインは１人の生徒が担当し、どの動物をモチーフにするのか、出身地は、性格など、キャラクターの性格付けを全員で話し合った。この性格付けをしっかりさせることで、多くの人に愛されるキャラクターになると考えた。きちんとキャラクターを設定したことが、その後、パンフレットに採用されるなど、キャラクタービジネスへとつなげることができた。

②　脱・高校生

今回の取り組みの中で、生徒たちには、「高校名を出さずに、作品として評価を受け、利益を上げられるサイトを運営しよう。」と指導した。高校生の体験的な取り組みで言われるのが、

「高校生が作ったから」という言葉である。しかし、高校生が作ったものだから、写真や文章を使用して良いというものになってしまうと、より実社会に近い形で体験的な学習ができなくなってしまうと考える。むしろ、「この写真を使用することは、その店舗にとってこんな利益につながります。」という裏付けのある交渉をさせた方が、生徒にとっても良い学習になるのではないかと考えた。そこでＷｅｂサイトを立ち上げる際、依頼者である市役所との話し合いの中で、Ｗｅｂサイト内に本校の学校名を出さないことにした。

③　知的財産についての交渉と宣言

Ｗｅｂサイトを公開するにあたり、著作物として考えられるものすべてをリストアップし、一覧表にまとめ、店舗との許諾の交渉を行った。Ｗｅｂサイトを公開する中で、シンボルマークや店舗の写真、店名、インタビュー内容など、膨大な数の著作物に出会う。しかし、それが生徒たちにとっては、最高の教材となるのである。実際に生の著作物に触れ、それを使用するための手続きを実際に行う体験は、学校内で模擬的に行うものとは比べものにならないほど教育成果があったと考える。

また、自分たちが創作したそのキャラクターについて、著作物の宣言をＷｅｂサイト上で行った。キャラクター紹介のページではコピーライトのマークを記載し、キャラクター使用についてのページでは著作物を使用する際の注意書きを記載し、著作物について積極的に使用を呼びかけた。このような活動から、著作物を使用する立場だけではなく、著作物を創造する立場としてしっかりと主張させる機会を作ることができた。

④　ライブ感

今回は、コンテンツの誕生より、成長させるという部分に重点を置いた。そこで常に生徒たちに意識させていたのは、ライブ感である。週３回の日記更新や、ホワイトカレーを実際に調理している様子のライブ中継など、より身近に感じられるようなサイト作りを心掛けた。

２．成果と活動内容

(1)　１年目の成果

①　（社）著作権情報センター主催第３回著作権教育実践事例「最優秀賞」受賞

全国の小・中・高校、すべての取り組みの中から、ただ１校選ばれる最優秀賞に選ばれた。

②　韓国映画撮影日記Ｗｅｂサイトの運営

平成20年１月から３月まで、紋別市内で韓国映画の撮影が行われた。その際、市役所から本校生徒に、撮影現場の取材とＷｅｂサイトの作成及び運営の依頼を受けた。

③　北方圏国際シンポジウム実行委員会発行「地球温暖化対策パンフレット」にキャラクター採用

プロの方が作成したものよりも温かみがあって良いと高い評価をいただき、パンフレットすべてのページにわたってキャラクターが採用された。デザインには本校生徒が携わり、依頼主と打ち合わせを繰り返し、完成させた。

(2)　２年目の活動内容

①　知的財産教育推進協力校

平成20年度は、独立行政法人工業所有権情報・研修館「産業財産標準テキストを活用した知的財産教育推進協力校」として活動している。外部機関から様々な面でサポートを受けながら、知的財産教育の充実を図っている。

②　新商品開発「はまなすチャツネ」（調味料）

オホーツク紋別ホワイトカレーに必ず入れる調味料「はまなすチャツネ」を製造元と協力して、「はまなすチャツネ」の限定ボトルデザインとＷｅｂサイトからインターネット販売を行

う準備を進めている。この取り組みから、商標権・意匠権について体験的な学習を行いたい。

③ キャラクタービジネスの新たな展開

ホワイトカレーフェアに向けた宣伝パンフレットの発行を、文書デザインの授業で行っている。こちらも市役所と協力して、様々なアドバイスをいただきながら作成中である。

3．起業家教育としての取り組み

(1) 直接的なコミュニケーション

取材の依頼から、取材活動、さらに写真の使用許諾交渉など、できる限り生徒たちが現場を知る経験を大切にした。現場を多く知ることで、Ｗｅｂサイトの運営にも責任をもって行うことができた。Ｗｅｂサイトの運営といっても、まずは多くの人々との直接的なコミュニケーションが基本である。

(2) オンラインマーケティング

Google analyticsという無料でＷｅｂサイトのアクセス状況を解析できるサービスがある。このサービスを利用すると、どの地域からアクセスされているのか、リピーター率や滞在時間、どんな言葉で検索してこのサイトを見ているかなど調査することが可能である。これをオンラインマーケティングと呼んでいる。

(3) オンライン企画書

「はまなすチャツネ」のボトルデザインの進行状況は、Ｗｅｂサイトに公開している。これはオンライン企画書という考え方で、起業家にとって世界中に自分自身のアイディアを発信することは、大変有効な手段である。

このように、オンラインマーケティングとオンライン企画書について学ぶことにより、資源や地域に関わらず、アイディア一つで、ビジネスのチャンスが生まれるという起業家教育へと発展させることができた。

4．科目の枠を超えた取り組み

今回は、経済活動と法、文書デザイン、マーケティングで、１つのコンテンツを教材に教育活動を行うことができた。科目の枠を簡単に越えられるのが商業教育の利点ではないかと考える。

コンテンツビジネスを創造することはできた。さらにコンテンツ価値を高めるような運営もできた。しかし、それだけではビジネス教育にはならない。それはなぜか。そこには収益という観点が欠落している。この収益の部分を簿記会計分野で補うことはできないだろうか。 今後、このコンテンツを教材とした簿記会計分野においての活用について検討していきたい。そのキーワードとなるのは、「収益」と「投資価値」であると考える。この２つのキーワードを踏まえて、簿記会計分野で、もっとも注目しているものがキャッシュフロー計算書である。

キャッシュフロー計算書の作成目的は、損益計算書とは別の観点から企業の資金状況を開示し、企業の現金創出能力と支払い能力を査定するのに役立つ情報を提供することである。これは、起業家にとって株主に投資価値をアピールする材料として必要である。今回の取り組みの中で、うまくキャッシュフロー計算書を扱うことができれば、より実践的な力を身につけることができるのではないかと考えた。

今後、キャッシュフロー計算書の必要性や将来性について、ぜひ他校と情報交換できればと考える。

Ⅲ　次世代を見据えた商業（Business）教育とは

1．知的財産教育の未来予想図

今回の取り組みでは、コンテンツ価値の向上に力を注いだ。学校教育のＷｅｂサイトを作成する取り組みでは、Ｗｅｂサイトを完成させて公開したところにゴールを設定しているものが多いように感じる。このようなＷｅｂサイトはデータベースとしての価値は高いものになる。しかし、コンテンツビジネスを考えた場合、公開するところが始まりであり、そこからどれだけ更新頻度をあげ、アクセス数を増やし、コンテンツの価値を高めていくかが求められる。

これまでの著作権教育では、どちらかといえばモラル教育重視になっていたように感じる。著作物を無断で使用しないというのは、ユーザー側の視点であり、商業教育ではビジネスを担う側の視点に立った教育が必要である。つまりそれは、著作物を創造して、一定のルールのもと、多くの人々に利用していただくような取り組みである。さらに知的財産は、資金をかけなくてもアイディア一つで作り出せる経営資源であり、むしろこれは、学校教育では扱いやすいものではないかと考える。

2．地域社会は体験的な学習をするための教材

今回の取り組みを通して、地域社会には高校生が参加できるようなものがまだまだ眠っているということを学んだ。例えばＷｅｂサイトについて、地方自治体では、広告費の関係からＷｅｂサイトを開設したくても開設できない事情がある。そこに高校生が参加することは、自治体にとって格安でＷｅｂサイトを開設できるメリットがあり、また生徒にとっても実社会に直結した体験的な学習機会となるメリットがある。お互いにとってメリットがあるこのような取り組みを今後も創造していきたい。

今回、実際のビジネスの現場と同じように、依頼者の意向に合わせたサイトを制作して、Ｗｅｂサイトで使用する著作物の許諾交渉を行い、完成させていく取り組みが行われた。そこでは交渉がうまくいかずに思うようにならない部分もあった。しかしその失敗が高校生にとって最高の学びの瞬間になったのではないかと考える。実際の現場に入る前の高校時代に、実社会に近い形での活動から失敗を経験することができたのなら、その生徒にとって大きな経験となることは間違いない。

3．これからの起業家教育

私の考える起業家教育とは、「新しい経営理論を作り、アイディアを実現しようとする人材の育成。」である。今まで企業では、処理業務を行える人材が中心になっていた。これからの社会はますます処理業務はコンピュータが行い、人は創造することにもっと時間を使うべきであると考える。業務のここを変えたらより効率的になるのではないか、といったアイディアを創出できる人材を育成していきたいと考える。そんな起業家教育を語るとき、必ず出てくる言葉がアントレプレナーシップである。アントレプレナーシップとは、何もないところから価値を創造するプロセスであり、これはまさしく本校の商業科の目指すところである。工業科の生徒は、プロダクトをデザインする。家政科の生徒は、ライフスタイルをデザインする。商業科の生徒は、「サービス」をデザインする。資源がなくてもアイディアがあれば、価値を生み出すことができるのが、ビジネスの魅力ではないだろうか。

「地域社会を教材とした体験的な知的財産教育の実践」から見た

次世代を見据えた商業（Business）教育とは

↓

収益を見込んだビジネスアイディアの創出

以上の取り組みが、次世代を見据えた商業教育に発展していくのではないかと考えている。今後も、身の回りのできるところから、無限の創造力を膨らませて、商業教育の発展に努めたい。

質疑応答および講評（要旨）

齋藤教諭・徳永教諭に対する質問と回答

（質）教科書を使用していますか。教育課程上は２年次での履修と思いますが。入学する生徒の学力検査の平均点はどのぐらいですか。（茨城　水戸商業　渡辺教諭）

（答）教科書は、オリジナル教材を作成しています。問題集は購入です。入試の学力は、ほぼ県内の平均点ぐらいです。

（質）生徒に簿記会計を学ぶ目的と役割をどう教えていますか。（北海道　紋別北高　佐竹教諭）

（答）教科書の通りに教えています。

（質）簿記の授業や簿記検定の資格取得がどのように大学入試につながっていますか。一般受験と推薦入試、ＡＯ入試の受験、合格者数の割合を教えてください。センターの簿記の対策、センター試験への取り組みはどのようにお考えでしょうか。（北海道　札幌国際情報高　山口教諭）

（答）入試は殆ど推薦入試と、ＡＯ入試です。ただし、本校では、４年制大学に行く生徒は推薦入試が決まっても、入学後に困らない学力をつけさせる意味で、センター試験を全員に受験させています。センター試験の簿記対策として、過去問を中心とした冊子を作成しています。

（質）朝課外、土曜セミナーに関わる先生の手当は生徒負担ですか。（大分　臼杵商業　吉岡教諭）

（答）生徒負担です。年間、一括して保護者から課外費として徴収をしています。

（質）不合格者のフォローについて、具体的に教えてください。また、日商１級の指導について、校内研修など、どのように人材育成を図っていますか。（北海道　岩見沢緑陵高　坂口教諭）

（答）不合格者のフォローは、理解度の低い生徒については、再度、教科書から指導しています。また、問題練習等が必要な生徒については、オリジナル教材で繰り返し指導をしています。日商１級の指導は、人数的に足りませんので、校内での研修会を開きたいと思っています。

小川教諭・長澤教諭に対する質問と回答

（質）日商簿記終了後の指導をどのようにしていますか。（北海道　紋別北高　佐竹教諭）

（答）日商簿記１級が終わると、国公立大学を中心とした大学受験のための準備に入ります。検定終了後の財務会計の進め方は非常に難しいですが、税理士試験の財務諸表論を勉強していこうという意気込みを持っています。１期生ということもあり、結果が出るのは来年です。

尾仲教諭に対する質問と回答

（質）先生方の協力、理解をどのように得たのか教えて頂きたい。（大阪　大商学園　山根教諭）

（答）神戸市の場合は、市民専門講師という枠を持っています。税務署は派遣委託を出してもらい、租税教室という形で進めています。時間割を変更したり、場所を変更したり、先生方の協力が要るので、理解を得るためには、ある程度はやっていることをＰＲしておく必要があると思います。

（質）国際会計基準は、昨年の東京合意によって、国内の会計理論、税法にも大きな影響を与えています。所得税は年間を通した学習がよいのでしょうか。

（愛知　名古屋市立名古屋商業　中村教諭）

（答）所得税法は半年です。国際会計基準は流動的です。ただ、国際会計基準を生徒に学ばせる時には、民間主導か、国主導か、どちらで動いているかというのが、非常にポイントになります。

（質）教材、改正に対する対応、研修について教えて頂きたい。

（北海道　札幌啓北商業　稲津教諭）

（答）全経の教材が清文社から出ています。大蔵財務協会の税務会計関係の本もよく見ています。税法

改正が毎年あり、私はミクロよりマクロを攻めた方が良いと思います。税法の研修はないです。

会津教諭に対する質問と回答

（質）キャッシュフローが実際のビジネスのどの部分に生かされると考えていますか。ポートフォリオマネジメントですか。（秋田　秋田商業　佐々木教諭）

（答）ポートフォリオマネジメントと企業価値の収益性を見る際に、キャッシュフロー計算書を、ぜひ、活用できるような何か取り組みができないか、ご意見を持ち帰り、考えていきたいと思っています。

大澤指導講師の講評（要旨）

全国商業教育研究大会の第２指定発表されました「宮崎県立宮崎商業高等学校の小川先生、長澤先生」研究成果の発表ありがとうございました。

まずは、宮崎商業高校の甲子園出場おめでとうございます。学業と部活の指導の両立を果たされていることに敬意を表します。宮崎県が県民全体となって観光スポットの努力をすれば、県庁の建物そのものも観光になる例を示しています。

私たちは、学習指導要領に則り日々教育活動をしているわけですが、基礎基本をきちんとやらねばという気持ちと、伸ばせる子は伸ばしたいという気持ちをもっていると思います。また、教科書や学習指導要領上の整合性を考えながら授業を行っていると思います。

ただ、今の発表の「宮崎県商業教育研究会と宮崎商業の取り組みを中心とした高度専門職業人の育成について」は、簿記会計分野の研究を通して商業教育の在り方や改善を示唆している内容の濃い、またこれからの商業教育の本質に迫ろうという意気込みが感じられるものです。時代の変化や多様化への対応を１つの方向性を示唆しながら捉えていることは、問題認識としても素晴らしい。

簿記の興味関心を与え簿記を好きにさせる指導者としての商業科職員の資質の向上、および日商１級を受験希望する生徒を指導できる者を養成する取り組みを通して、生徒と一緒に学ぶ姿勢やキャリア教育の推進、しいては、より高度の専門性への対応と繋がっていくものと推察されます。

高度資格研修会の企画、運営を検討する中での各課題の解決策は、同じ悩みを抱えている他県の参考に十分なると思います。特に、今年の平成20年度高度資格取得合同キャンプは、従来の課題を発展的に解消する１つの方法としてよくここまでこぎ着けたと感心致しました。この取り組みが１校だけならば、個人の問題として片づけられてしまっていたかも知れません。宮崎県商業教育研究会全体としての課題として取り組まれ、宮崎県の商業教育の向上を期待できるきっかけとなるでしょう。やる気のある生徒にとっても、学力を伸ばしてあげられるので素晴らしいことだと思います。ありがとうございました。

第２自由発表の北海道紋別北高等学校会津先生ありがとうございました。

「地域社会を教材とした体験的な知的財産教育の実践」の発表を聞きいていまして、全商60周年記念講演　前経済財政政策・郵政民営化担当大臣の竹中平蔵先生の「日本経済の発展とビジネス教育への期待」のなかで、商業教育の将来に不可欠な「観光」をキーワードとした取り組みのお話に共通するものを感じました。文化・観光分野の需要は今後も伸びるし、従来の商業教育にある「もてなす心」顧客満足そのものが観光に通じるものがある。観光は、場所・地名・人・すべてが資源になると思います。「オホーツク紋別ホワイトカレー」公式Ｗｅｂサイトの立ち上げを、生徒に担当させようと指導された経緯がよくわかり、ご当地のキャラクターを使った内容に、聞いていて楽しく思いました。

指導するにあたり、コンセプトをきちんと押さえ、キャラクターの制作や商品開発は知的財産に関係するものであることの意識付けや、脱高校生という発想は継続的に実施していく裏付けにもなるもので、これからの商業教育の実践例になるものである。考えさせながら体験させることの教育的効果は何にも勝るものであり、Ｗｅｂサイトを通してどうすれば幅広く認知されるか、実物とバーチャルの統合が顧客満足に繋がるものだと思います。また、学校ファンドにつなげていけばおもしろいと思います。

本来ならば、今後の活動に繋げて下さいと言いたいところなんですが、平成21年３月閉校ということ

で非常に残念です。会津先生発表お疲れ様でした。

眞屋指導講師の講評（要旨）

齋藤先生、徳永先生、大変すばらしい発表をいただきありがとうございました。福岡県立小倉商業高等学校の先生方、そして感想文から生徒のみなさんが自信と意欲が溢れ、活気ある学校であることが理解できました。また、先生方が朝課外や土曜セミナーなどに不断のご努力をされている姿がひしひしと伝わりました。

「予習を前提とした分かる授業を展開し、学ぶ楽しさを実感させ、学び方を習得させる」にキーポイントがあると思います。「ゆとり教育」あたりから、生徒に予習や復習など家庭学習の習慣が希薄になったように感じています。教育効果を高めるために、今も昔も変わらず予習と復習は大切な要素と思います。「分かる」ことが学ぶ喜びを与え、学習意欲を喚起する。こんなことができるように、我々教師には、日々研さんを積むなど資質の向上が求められています。次に、「教育課程の改訂、授業進度の調整、朝課外、土曜セミナー等の活用、学校行事をリンクさせる」がポイントです。教育課程の改訂や授業進度の調整はどこの学校でも実施しいてますが、朝課外や土曜セミナーの継続的実施は、1年分また3年分を考えるとその効果は大変なものと思います。各学校それぞれに色々な実情があり、工夫されているところですが、一人の先生だけでなく、学校として組織的に取り組まれていることが素晴らしいと感銘しています。先生方のご苦労が必ずや成果となって表れると確信します。何年か後に、その成果発表と日商簿記検定1級合格の報告いただけることを期待します。

神戸市立兵庫高等学校の尾中先生、発表そして膨大な理論の整理とともに資料の提供をいただきありがとうございました。内容が税法で、私には難解な部分多かったが、共感できる部分も沢山ありました。今、全国の商業高校で「簿記・会計」を教えている先生で、自分の所得税が年末調整でどのように計算されているか、おわかりの先生がどれくらいいるのかと考えていました。先生方に限らず、国民はあまりにも税金に関する知識が欠如していると思いますし、もっともっと多くの人に関心を持って欲しいと思います。生徒が就職する多くの民間企業では、会計を担当する事務職に税金に対する知識・技術を求めているが、商業高校を卒業した生徒といえども、殆どの人は分からずご苦労されているのが実態と理解しています。このようなことが、「高校で簿記を習っても、実社会では役に立たない」などと言われた一つの要因と考えます。

前職で住民税の課税の仕事に携わり、その必要性から所得税の計算や確定申告書の作成をした経験から、30年前教師になった頃、簡単な所得税の計算や確定申告書の書き方を教材に取り入れたことがありました。その後は、税務署職員がおこなう「租税教室」の前後に少し触れる程度になってしまいましたが、必要なことであり、大切な内容であります。しかし、先生もご指摘のように、税法の本来の性格が税務行政執行であることから企業会計の概念と差があり、さらに、その時々の景気動向や政治的判断の影響を受け、租税特別措置なる名目により目まぐるしく変わるため、生徒に学習させる教材として扱いにくいことが定着できない一因と考えます。

商業教育が将来のスペシャリストを育てる継続教育であることから、主に税務申告の代行をおこなう税理士や主に企業の監査をおこなう公認会計士などの専門職を育てる上で避けて通れないと思います。高校生の学習に合った、内容、構成、範囲などを精査し、適切な科目として位置づけられることが大切と考えます。先生の発表が、簿記教育における専門性を高める中身を求められている、本分科会の一つのヒントになることを期待します。

結びに、簿記教育は商業教育の中でも「不易」の分野です。どうしても「流行」に目がいってしまいがちですが、流行は今は華やかで必要な学習内容ですが、いずれその役目は終わります。しっかり足を地につけ、先を見据え、地味で華やかさに欠けますが不易を大切に教育に当たることが何より大切です。そして、こんなに多くの簿記教育を心から愛されている先生方ともに簿記教育を通して、商業教育に求

められている「人づくり」に関わっていきたいと意を新たにしているところです。この3日間、参加くださいました先生方の益々のご健康とご発展を祈念申し上げます。

研究協議「簿記の導入段階の指導法」

○簿記は初めて学習する科目であり、モチベーションを上げる仕掛けをしています。具体的な取り組みとしては、タイムテーブル、スケジュールです。昨年度の合格率など、過去のデータを話しながら、目標、タイムテーブルを知らせ、生徒のやる気を喚起させています。簿記のスタート段階は、かなり丁寧に学習を繰り返し、同じ言葉で説明をしています。導入の段階、簿記嫌いになっては元も子もありません。そこは非常に意識して対応しているところです。

○まず、簿記自体の認知度が低いので、認知度を上げるところから導入段階の指導法を行っています。簿記の導入段階は、簿記に興味を持ってもらい、授業に臨んでもらうため、言語的に言葉を覚えるように簿記を教え、卒業生の成功体験を交えながら、社会に出てからも役に立つ科目だと学習に対するモチベーションを高めながら、教えています。

○具体的な内容の進め方より、動機づけ、意識づけを意識して授業をしています。自分で興味を持って、どんどん進んで勉強し、資格を取得すれば、進学のメリットもあり、簿記のコンクールなど、外に出て力試しができると、興味、関心を持たせ、指導を何とかしていこうと考えています。簿記の基礎、基本は、勘定の分類と取引の8要素を意識しながら、最初の仕訳、勘定記入のところまでは、かなり時間をかけて行っています。仕訳、勘定記入が一通り授業で終われば、あとは結構、生徒の興味、関心で、どんどんやる生徒は、その先の勉強を自分でやっていくようになりますし、分からない生徒は、繰り返しをやりながら、分からないところをわかる生徒に聞いたり、私の方に聞きに来ます。

○まず、導入段階で、簿記の目的ということをすごく大事にしたいと思っています。本来的な簿記の目的が、企業の倒産防止とか、黒字決算を出すためにどうするかを常に意識させるように指導しています。粉飾等が起きないための勉強だと思います。それを大前提として伝え、簿記は社会にとって、働いていく上ですごく重要なものであるということを意識させ、興味づけさせているというのが現状です。

○1年生からの簿記の授業を大切にし、センター試験も簿記で受験させています。基本的に学力差がかなり開いてきている現状を踏まえ、今はＴＴで1クラスを2つに分けて授業展開しています。導入の部分で、なかなか生徒に理解してもらえない部分もありますが、納税の部分等を、興味関心を持たせる言葉の道具として活用しています。できる生徒については、2級の範囲を、できない生徒については、反復練習を行っています。

○商業教育は、単なる帳簿の作成ということに限らず、財務諸表を見て判断する力とか、会計基準とかも見据えて、取り組んでいかなければならないと感じました。資産、負債、資本とか、費用、収益、勘定の区分とか、取引の8要素、資産、負債、資本の増加減少とか、費用収益の発生とかを特に強調した上で、導入の段階では実践しています。

○具体的な導入の例としては、合格発表のときに、豆テストのプリント（勘定科目等の書いてあるもの）を合格袋に入れておきます。そして、入学後1週間ぐらいで最初の授業で豆テストを実施します。それを繰り返し、勘定科目等を定着させます。最初の導入の大切な部分を、豆テストの反復テストで定着させるようにしています。

○国際会計基準を受け入れると、おそらく簿記の導入段階の理論的説明が、現時点での簿記の説明から大きく変わるという現状が、今、あるのではないかと思います。このことについて先生方にお伺いしたいと思います。また、機会がありましたら、ぜひともお教え頂きたいと思います。

第３分科会

課題研究で取り組む地元企業のWeb制作

― 地域連携と高大連携で目指した総合力の育成 ―

岐阜県関市立関商工高等学校　教諭　**猿見田　隆　宏**

Ⅰ　はじめに（取り組みの概要）

本校では３年生の課題研究の授業で、地元関青年会議所の協力の下、企業のホームページ制作に取り組み、平成20年度で５年目を迎えた。商業専門高校の３年生として、これまでに学習した専門知識や技術を活用し、地元企業のホームページを制作させていただくという活動をとおして、クライアントの満足を引き出すために共に協力し、考え、努力する年間を通じた課題解決学習（プロジェクト学習）の過程において、「“働く”という意識」（勤労観）とともに、近い将来社会人として必要な総合力を養うことを目標としている。

卒業を控えた３年生、特に就職を控えた生徒にとって、「ホームページ制作」という直接企業の利害に関わるプロジェクトに取り組む中で、企業の方から直接業界の話や仕事に対する率直な意見を聞くことができる貴重な機会を得、それぞれが自分の持つ技術と与えられた役割、ルールに則って主体的に問題を解決していく力を養うことを目的とする。

平成19年度はアジャイル開発の手法を取り入れることにより、過去に納品したホームページの更新も請け負う体制をとることができた。また評判を聞いた関青年会議所以外の企業からも依頼を請け、今年度依頼を受けた12社を加えると、これまでにのべ47社の地元企業にご協力をいただき、約200名の情報処理科生徒が携わったことになる。

期	年度	取り組みのテーマ	企業数	納品等
第1期	16年度	ビジネスを校外へ出て学習	9社	全 9社返品
第2期	17年度	アップロードできるWeb	8社	全 8社納品
第3期	18年度	SEO対策、デザインの向上	8社	全 8社納品
第4期	19年度	アジャイル開発の手法、Webの更新	10社	全10社納品
第5期	20年度	プロジェクトマネジメント、顧客のスキルアップ	12社	全12社納品予定

【Web制作のテーマとこれまでの取り組み実績】

Ⅱ　この取り組みによって身に付けさせたい力

情報化の進展に主体的に対応できる能力と態度の育成（総合力の育成）

「商業に関する基礎的・基本的な学習の上に立って、生徒自らが研究課題を設定し、主体的にその課題に取り組むことで、問題解決能力や自発的、創造的な学習態度を育てる。」

（岐阜県高等学校生徒商業研究発表大会目的より）

１．企画力

⑴答えのない課題に対して、周囲が納得できるような答えを創り出していく力。

⑵あらゆる知識や体験を総動員して、理想のイメージを現実の形にしていく力。

２．コミュニケーション能力

⑴効率的に仕事をすすめていくために、同じプロジェクトを進めていくチームの中で、互いに率直な意見交換ができる関係を築いていく力。

⑵チームのリーダー（マネジャー）は、メンバーの特性を理解し、全体として成果が上がるよう常に

作業の配分を考え、メンバーと十分な意思疎通をはかりながら、チームをまとめていく力。

(3)企業とのやりとりの中で、実際に通用するビジネスマナーの確立。

3．プレゼンテーション能力

(1)自らの提案を相手（クライアント、聴衆）に 十分伝えるために、工夫や努力を続けていく力。

(2)場面に応じた表現を意識して工夫する力。

4．総合力（問題解決能力）の育成

(1)問題が起きないよう、事前に対応できる力。

(2)あらゆる突発的な場面において、最前の方法を考え、臨機応変に対応できる力。

(3)発生した問題をひとりで抱えたり、放置することなく、必要な報告・連絡・相談を行い、最善の対応を考える力。

Ⅲ 取り組みの柱

地元企業のWeb制作の取り組みは、地域連携の中で行うインターンシップ 、高大連携による外部活力の導入 、生徒による課題研究Web作品発表会の企画・運営の３つを柱に取り組んできた。

1．地域連携の中で行うインターンシップ

地元企業にWeb制作のクライアント役を依頼するにあたり、ホームページに関しては、若い世代の方が比較的理解を得やすいであろうという考えから、まず関青年会議所（JC）に相談することになった。

関青年会議所は、地域の高校生を集めた「未来世代会議」の企画や、「関市の未来を考える作文」の募集など、地域の活性化に向けて活発な活動を展開されており、昨年度は関青年会議所主催のワークショップにも積極的に参加した。

会員企業のWeb制作に取り組むにあたり、次のような内容について確認した。

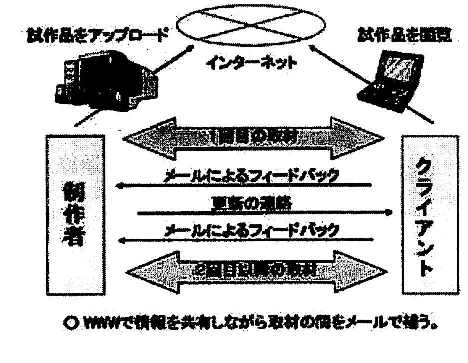
(1)情報処理科３年生が、年度内の約半年間（６月～１２月）、グループで何度か取材に伺いホームページを制作する。

(2)制作担当の３年生は卒業するため、納品後の更新はできない。※H19年度よりHPの更新が可能

(3)完成後はホームページを収めたCD-Rに、更新に必要な取扱説明書をつけて納品する。

(4)この取り組みに関わる費用については、学校が負担する。（CD-R、クリアファイル等）

※　H19年度より、従来のウォーターフォール型の取り組みから、アジャイル開発の手法に切り替えたことで、過去に納品したホームページの更新にも対応できるようになった。



【アジャイル開発の手法を取り入れた制作環境】

【作品ライブラリーとしてのWeb】
http://shoko-hi.taiken.jp/index.html

2．高大連携による外部活力の導入

近隣の中部学院大学短期大学部経営情報学科は、本校よりも1年早く（H15年度より）、授業のなかで関市本町商店街のホームページ制作に取り組まれており、大学でのWeb発表会も見学させて頂いた。その後、経営情報学部の教員に直接Webについて指導していただいたり、本校のWeb中間発表に講座の学生を連れて見学にきていただいたりもした。そして1月末に行っている、情報処理科インターンシップWeb作品発表会においても、例年指導講評をお願いしている。

平成15、16、19年度には、IAMAS（岐阜県立情報科学芸術アカデミー）の学生にWebを含む幅広い作品の紹介とワークショップをやっていただいた。

普段の授業で体験できない新しい刺激を受けることができ、生徒にとっては大変新鮮な体験だったようである。

3．課題研究Web作品発表会の企画・運営

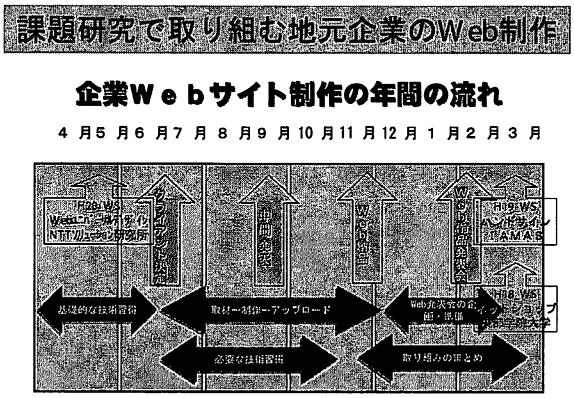
1月下旬、完成したWebサイトと4月からの取り組みをグループ毎にまとめ、発表会を行っている。お世話になったクライアント企業や指導いただいた大学の教員を招き、次年度この取り組みを継承する情報処理科2年生も参観する。12月より各グループのマネジャーを中心とした企画運営委員会を立ち上げ、それぞれグループの納品準備と平行してミーティングを重ね、準備をすすめる。

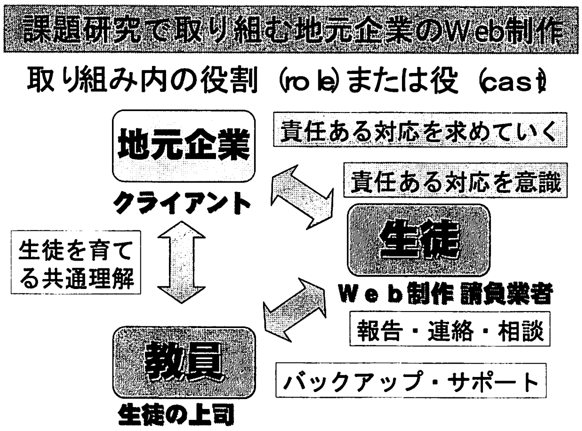
案内状の発送と出欠確認、会場レイアウト、発表会当日の進行、来賓の案内、駐車場、事後のアンケート集計や礼状の発送まで、すべて情報処理科の生徒が担当し、それぞれが責任を持って仕事を進めていく。

〔Web作品発表会 班別業務分担の内容〕

(1)受付・案内・来賓リスト・受付簿作成・来賓接待・来賓誘導（駐車場）
(2)会場整理・座席表の作成・当日会場での着席指示・終了時の退席指示誘導・清掃管理
(3)レジュメ準備・原稿回収・印刷・製本（綴じ作業）
(4)広　報・案内文の送付準備・出席確認用FAX返信票作成・礼状準備
(5)記　録・ビデオ撮影・デジカメ撮影
(6)アンケート・参観アンケート作成・回収・集計・まとめ・発表・報告書

Ⅳ　授業の組み立ておよび年間の流れ





1．Webに関する基礎的なスキル、情報モラルについて学習。（4月～5月）
2．地元青年会議所を介し、クライアント企業を募集。（6月）
3．取材・制作後、試作品を作品紹介Webにアップし、メールで意見をいただく。（7月～12月）
4．以降、取材・制作・試作品のアップロード・メールによるフィードバックを繰り返す。
5．完成品（CD）と取扱説明書を納品し、クライアント企業を招待して、発表会を実施。（1月）

Ⅴ　おわりに

あらゆる場面を通じて、特に学校内の活動においては、生徒はできることまで周囲にお膳立てしてもらうことが当たり前になっているように思われる。

「教えてもらってないからできません」という新入社員の話を聞いたことがある。これは極端な例であるが、小学校から高校にいたるまで同学年の仲間が机をならべ、前に立つ教員から課題を出されそれに取り組む。多くの場面で規格化された内容でしか学ぶチャンスが無く、逆に生徒自身学ぶ必要性を感じていないのではないかという不安さえ感じる。“目指すべき結果を認識し、その形を実現するためにあらゆる方法を考え、結果を出すために継続的に取り組む”そんな生徒の真剣な姿を目にする場面を設定できないか、時間的な制約はあるものの、もっと自由に、かつ本質に迫るような取り組みはできないか、というところからこの取り組みは始まっている。商業教育の中で教えるビジネスマナーも、総合実践の授業内では、どこか緊張感に欠ける部分がでてくることは否めない。電話応対の学習においても、相手が生徒や先生であるという安心感は消すことはできない。さらに指導にあたる我々教員も、すべてが実社会の企業経験を持つわけではない。この部分が実務における技術や意味を教える専門教育の限界のようにも感じていた。そこで「実社会は学校の中ではなく、学校の外にある。箱（教室）を出て学ぼう」をコンセプトにこの取り組みは始まった。

この取り組みを始めた当初、生徒たちは外部へアクションを起こしたことから、請け負った仕事に関わる多くのトラブルに直面することになった。アポイントメントの取り方のまずさから十分な取材ができなかったり、クライアントからの高度な要望に応えられなかったり、その他グループ内での業務分担や発表会の企画運営等、これまであまり経験したことのない困った状況に多数遭遇することとなった。

その状況が厳しければ厳しいほど、必要な企画力やプレゼンテーション能力を含むコミュニケーション能力、そして本当の意味での問題解決能力を培っていく体験になるのではないかと思われた。

学校生活において、普段は生徒と向き合っている教員も、この取り組みにおいては生徒の相談役にまわりバックアップする立場をとることから、日頃とは違ったスタンスで生徒と関わる必然性が生まれる。また、納品したＷｅｂ作品に対して「できあがりは期待以上のものだった」「業界研究も含めてここまでやるのだったら、今後は授業というよりもっと仕事として取り組んで欲しい」など、ご協力頂いた多くの地元企業の方々からも、様々な叱咤激励をいただくとともに、そのことが直接生徒の耳に入ることで、生徒はますます成長していく。教員以外の大人から、改めて自分たちの取り組みの価値を認められることで、成長の芽がよりリアルに、彼らに意識できる形で伸びていくのではないかと思われる。

平成19年度末には、あるクライアント企業の全体会議の席で、担当した生徒たちが自ら制作したWebを全社員の方々を前に発表する機会をいただいた。

多くの社員の方々から賞賛の拍手を直接受けた生徒たちは「苦労したけど本当にやってきて良かった」と本当に嬉しそうであった。一人でも多くの生徒にこのような体験をさせたい。併せて地域の活性化に繋がっていくような取り組みを地域と共に考え、高校生が地域に育ててもらいながら、将来地域に返していけることに繋がる取り組みにしていきたい。

平成20年度の取り組みのテーマは「プロジェクト・マネジメント」、「Webユニバーサル・デザイン」、「クライアントのスキルアップ」である。このテーマは、全員が仕事（外部業務）に対して最後まで責任を持って取り組み、「すべての人に優しい」を意識したホームページの制作とともに、クライアント企業の方が以後自分でも更新ができるよう、納品時に適切な説明（OJT）を行えるようになることである。まだまだ多くの課題を残した取り組みではあるが、今後もキャリア教育における授業モデルのひとつとして完成を目指していきたい。

文末になりましたが、平成１６年度当初から、積極的にご協力いただいた関青年会議所会員企業の皆様、中部学院大学経営学部の中川先生、IAMASの古堅先生はじめ学生の皆様、そしてこれまで貴重なご意見をいただいた多くの皆様にこの場をお借りしてお礼申し上げます。

電子商取引を導入した授業実践

― 北海道から沖縄までの交流をとおして ―

北海道札幌啓北商業高等学校　教諭　甲斐　一成　　加藤　和明
沖縄県立中部商業高等学校　教諭　小菅　爾郎
沖縄県立名護商工高等学校　教諭　仲村　匡祥
能代市立能代商業高等学校　教諭　谷内　陽一　　越前谷弘樹
愛知県立緑丘商業高等学校　教諭　中村　和人　　夏目　裕一

Ⅰ　はじめに

昨今の新聞やテレビのニュースに象徴されるように、ＩＴ関連企業の活躍はめざましい勢いである。また、ＩＴ関連企業に限らず、証券会社などにおいてもインターネットによる売上高が上位に位置しており、今やどの業界もインターネットを無視した経済活動は考えられない状況である。商業高校においては、従来型の「総合実践」や「情報処理」を学習するだけでは、社会の要請に応えているとはいえない。そこで、電子商取引業務やネット銀行業務についての知識・技術・態度を身につけさせることを目的にした授業実践を行った。３年間にわたる各校における取組を紹介する。

Ⅱ　バーチャル電子商取引の概要

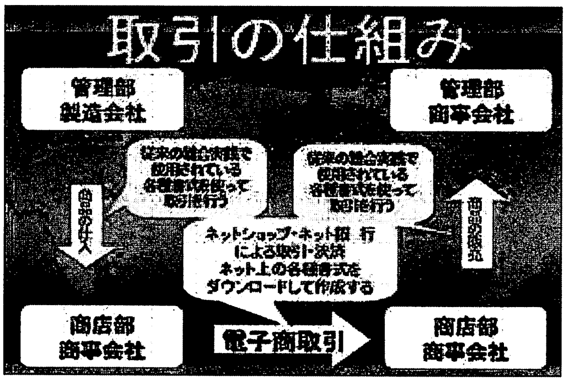
1　電子商取引における学習内容と構成

バーチャルでは以下の項目の内容について学習を行う。

(1)　電子商取引のベンチャー企業の設立（起業家精神の育成と起業の実務）
(2)　新会社法、知的財産権や個人情報保護法（法知識）
(3)　ネットショップやネットオークションへの掲載方法（技術的・事務的手続き）
(4)　ネットへ掲載する画像の加工・修正技術（購買意欲を喚起する技術）
(5)　購買意欲を喚起する販売促進（商品説明、プレゼンテーション）
(6)　売買契約の締結と履行（商品の受発注に伴う関連文書の作成）
(7)　ネット銀行の利用方法（代金決済のしくみと実務）
(8)　ネットトラブルに巻き込まれないための方策（危機管理）
(9)　ネットトラブルに巻き込まれたときの対処法（法的な危機対応）
(10)　現実のネットショップと限りなく同様のシステムの構築

2　取引の仕組

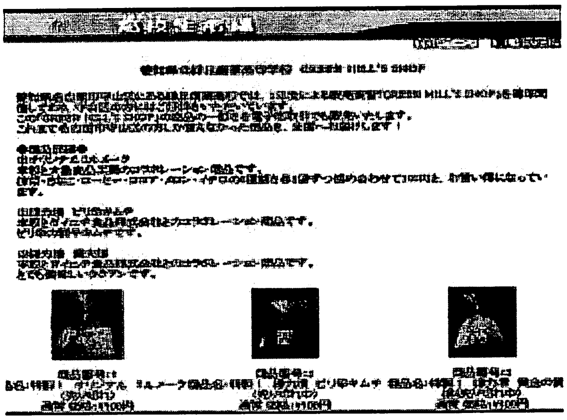
従来の総合実践の必要性は普遍的であると思われる。時代の要請の中で従来の総合実践と「バーチャル電子商取引」のコラボレーションを考えた時、左図のように管理部と商事会社の取引に於いては、従来の総合実践で使用された書式や取引の流れを踏襲し、商事会社間においては、ＢｔｏＢのバーチャル電子商取引を行い、代金はネット銀行により決済を行うこととした。



3　リアル取引

バーチャル電子商取引は、授業の一環として実施しているので利益追求が目的ではない。そのため、

赤字が出てもかまわないという安易な考えで取り組めば、ビジネスの厳しさや複雑さ、起業の醍醐味などは経験させることはできない。そこで、「総合実践」における学習の発展形態として、リアル取引を導入した「高校生市場」を開設し、注文から決済、発送までを行うことで、より実務に近い取引や決済を学ぶことができる。



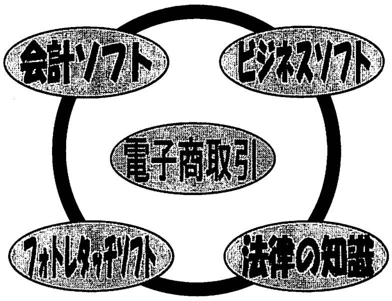
Ⅲ　沖縄県立中部商業高等学校の取組

1　電子商取引の導入

平成17年度から本校情報会計科３年生２クラスに対し、「総合実践」の中で電子商取引を導入し今年で３年目を迎えている。ネットによる市場のグローバル化やネットビジネスの売上が伸び続けている昨今の経済状況において、ネットビジネスを学習する必要性やアドバンテージは高いと考え、電子商取引を導入した。

2　３年間の学びの集大成としての電子商取引

電子商取引を利用しネットショップ運営するためには、経理処理を行うための会計ソフトをはじめ、各種文書を作成する時に使うワープロや表計算などのビジネスソフトやその文書を発送するときに使用する電子メールソフト、写真を掲載させる際に使用するフォトレタッチソフトや、起業するために必要な法律の知識や手続き、ネットトラブルに関しての知識など、これまで商業高校で学習してきた知識や技術を総合的に理解でき、かつそれぞれのソフトを活用する力がなければ、学習することができない教科なので、商業科目のまとめとしてふさわしい科目である。



3　表計算ソフトの効果的活用と開発

本校では、電子商取引で扱われる各種の帳票や文書を自動的に作成するため、科目「ビジネス情報」とタイアップしてシステム開発を行った。その結果、業務手順に従ってハイパーリンクを設定することで、効率的に業務を遂行できるようになった。中には、キーマクロやリストを使い、より高度なプログラムを作成したり、生徒の独自性を生かしたシステムを作成したりする生徒もいた。

4　今後の課題

電子商取引はそれまで学んできたビジネス情報に関する知識・技術を実社会で活用できる力へと育て上げていくための集大成の授業である。他科目の担当の先生にも、電子商取引を意識し、連携して指導を行っていただくことで学習効果は一層高まった。

Ⅳ　能代市立能代商業高等学校における取組

1　アンケート結果

平成20年１月にアンケートを行った。結果は「取引の流れについて」と「他地域のことを知ることができたか」の理解度は概ね良好であったものの、「株式会社の設立について」と「情報モラルとセキュリティについて」の理解度はやや低いものであった。感想には、「やりがいがあった。」という内容や「楽しく学ぶことができた。」という内容のものが多くあった。ほかにも、電子メールを活用した他校生との模擬取引がとても勉強になったこと、取引の流れと事務処理の方法を理解できたこと、などが良かった点として挙げられた。改善してほしい点としては、電子メールのトラブルが多かったこと、取引の滞りが多かったこと、全体的に余裕のない授業であったことなどが挙げられた。

2　考察

電子商取引の学習を取り入れたことで、生徒はそれまでよりも高い関心を持って授業に取り組んでいたように感じた。模擬取引で最も印象的だったのは、電子メールのやりとりである。生徒は、取引相手に対する電子メールの送信にとても気を遣っていた。それは、同じクラスの仲間と教室内で取引するのではなく、面識のない遠い地域の相手と取引をすることから生じる緊張感であった。この緊張感は、実際のビジネスの現場にも通じるものであり、生徒にとって貴重な経験になったようである。生徒の感想に「相手とのトラブルがあってもしっかり対処し、相手との信頼関係を築くことが重要だと思った。」というものがあった。このほかにも、「失敗したことがよい経験になった。」という感想がいくつか寄せられた。相手に誠意を持って接することで、トラブルを信頼関係に転じさせるのはとても大切なことである。すべての生徒がこのような姿勢で模擬取引に臨むことができるよう指導していきたいと考えた。電子商取引の学習は、感想にもあったように、難しくてもやりがいのあるものだったと思う。

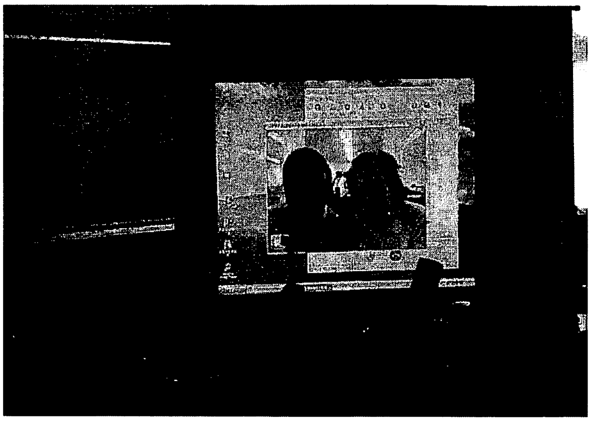
次に、改善したい点について述べる。第一に、学校間電子商取引の停滞を緩和すること。第二に、電子メールに関する指導を徹底すること。第三に、担当教員の指導力向上と授業の効率化を図ること。第四に、学習内容の精選、授業計画の立案、指導の効率化などの運用面において、可能な限りの工夫をすることである。前年度の最大の反省点は、取引の流れと事務処理の方法を充分に理解させられないまま、10月から開始となる学校間電子商取引に入ってしまったことである。今年度は、6月中旬の第1回考査までに同時同業法による取引演習を終了させた。取引の流れと事務処理の方法を早い段階で学習したことで、主体性を持って他校生との模擬取引に臨むことを期待している。

V　愛知県立緑丘商業高等学校における取組

1　修学旅行での交流会

本校では、平成18年度より北海道への修学旅行を実施しているが、啓北商業高校との電子商取引を実施した平成19年度より、修学旅行の行程で交流会を実施している。交流会は、一年間の円滑な取引の推進、生徒間の情報共有を目的として行っており、本年度でまだ2回目であるが、「修学旅行の良い思い出になった。」「その後の取引がスムーズになった。」など生徒に好評である。

メールではコミュニケーションが取れずに苦労していた生徒も、取引相手に実際に会って話してみると、スムーズにコミュニケーションを取ることができ、今後の取引もスムーズにできるとの感想が多かった。互いの交流を深めることに加え、文字のみのコミュニケーションの難しさについて学ばせることができ、大変有意義なものとなった。取引を行う学校間で積極的にこのような交流会を持ちたいと考えている。しかし、啓北商業高校とは修学旅行という機会を活かせたが、他の遠方の学校とはこういった機会を得るのは難しい。そこで「Ｗｅｂカメラによるテレビ会議システム」を提案する。



2　テレビ会議による販売促進

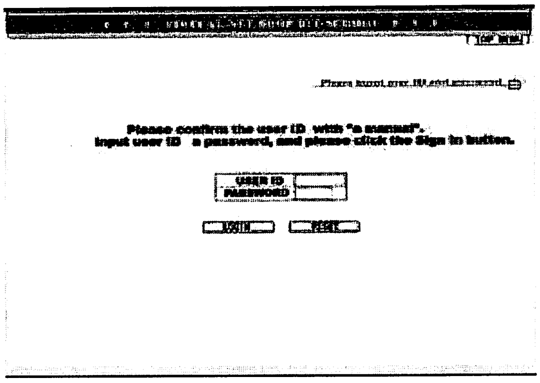
1学期は、啓北商業高校との初取引であったため、実際の商品売買はしないで帳簿上の電子商取

引では売り手は取引に対する不安が、買い手は取引商品への不安が発生することが多い。

そこで、テレビ会議システムを活用して、啓北商業高校の生徒に対する販売促進のためにプレゼンテーションを行った。

3　商品のオンライン販売

本校においても、学習効果を期待し、リアル取引ができる「高校生市場」に出店している。平成16年度より第1学年が「グリーンヒルズショップ」という販売実習をしているので、その時販売する商品を「高校生市場」でも、一般消費者に実際に販売させている。



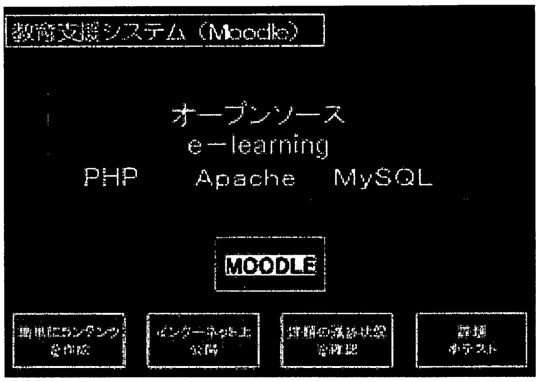
4　今後の課題

(1)　海外との電子商取引

国際ビジネス科を設置する学校では、「英語実務」等の国際経済科目群で、実際に海外の企業の商品を購入させるなどの体験的な授業が行われている。そこで、バーチャルの世界でＢｔｏＢ取引を体験させたいので、英語版のＷｅｂシステムを構築したい。

(2)　教育支援システム

７月から校内取引、10月から学校間取引を開始すると、教員は通常一日80通のメール及び添付されたビジネス文書や各種帳票をすべて開封して、中身が適切であるか確認し、評価し、「取引進度表」を用いて進捗状況を確認しなければならない。そこで教員のこれらの作業を軽減させ、生徒も授業にこれまでより意欲的に取り組むことができるので、教員と生徒とのコミュニケーションを図ることが可能になるeラーニングにる教育支援システムをＭｏｏｄｌｅ（ムードル）で開発し、教員が授業を通じて生徒とコミュニケーションを取ったり、教材配布や学習履歴を管理したりすることが比較的簡単に行える。

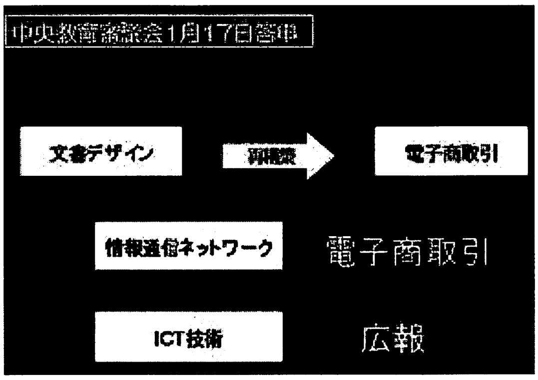


Ⅵ　おわりに

模擬電子商取引の体験をとおして、コンピュータの操作技能のみならず、知的財産権・個人情報保護法や電子契約法などの知識、会社でのチームワークの必要性、電子商取引のトラブルの対処法などビジネス社会で必要とされる素養を生徒に身につけさせることができた。

平成20年３月には文部科学省・インターネット活用教育実践コンクール実行委員会主催「第８回インターネット活用教育実践コンクール」において栄えある内閣総理大臣賞を受賞することができた。

平成20年１月17日、中央教育審議会答申では「情報通信ネットワーク等を活用した電子商取引やＩＣＴ技術を活用した広報に関する基礎的・基本的な知識と技術を身に付けるため「文書デザイン」の内容を再構築し「電子商取引」とする。」（一部抜粋）とされている。



これまで研究してきた内容が、新科目「電子商取引」への取組の参考になれば幸いである。

Web 2.0を活用した小学生と高校生の協同研究
― Google Maps APIによるプログラミング教育の活性化と集合知的情報発信 ―

神戸市立神港高等学校　教諭　清　水　幹　夫

Ⅰ　はじめに

1．情報処理科の教育

情報処理科では「アルゴリズム」「デザイン」「ビジネス」の3点を情報教育の柱としている。これらを統合的に学習する環境を「Web」に設定し、ツールとして「OSS」を利用している。JavaScriptやPHPでアルゴリズムをWebページに実装し、CSSによる配色やレイアウトなどのWebページのデザイン、地域企業のWebサーバ構築・Webサイトの構築・運営でSEOやアクセス解析によるビジネスの学習を展開している。これらをコスト・パフォーマンス的に展開するためにOSSを積極的に導入している。

教育課程の特徴は、1年次にJavaScriptによるアルゴリズムやオフィスソフトの学習、及び経済産業省情報処理技術者試験対策によって情報リテラシ教育を行っている。2年次からはアルゴリズムに重点を置いた「システム系」と、デザイン・ビジネスに重点を置いた「コンテンツ系」の選択制とし、3年次にはOSS関係の学校設定科目を配置している。また、数学Ⅲ・数学Cを配置することにより、工学系・理系の情報関係学部への進路保障や大学入学後の学習・研究に対処している。

2．情報教育の現状

2年次からシステム系とコンテンツ系を選択するが、アルゴリズムに重点を置くシステム系の選択者数が減少傾向にあり、平成19年度は40名中18名（45%）、平成20年度は10名（25%）となっている。自己の思考を実現するためにアルゴリズムを考え、1つのエラーのデバッグに長時間かけるという論理的な思考を重視する学習や忍耐力を必要とする学習から逃避する傾向があり、いわゆる「プログラミング離れ」が顕著に現れている。全国的にもこの状況にあり、全国商業高等学校協会主催情報処理検定の受験申込者数の推移からも明らかである。平成10年度のプログラミング部門の申込者数は119,941人であったが、平成19年度は31,089人と10年間で約1/4に減少している。また、経済産業省による調査ではソフトウェア開発技術者は26万人の不足という結果が発表されており、教育業界のみならず全国的な傾向であり、技術立国の日本としては危機的な状況にある。

Ⅱ　実践研究の概要

1．実践研究の目的

(1)「Google Maps APIによるプログラミング教育の活性化」

プログラミング離れを解消するための方策として、生徒にとって内発的動機付けの教材となり得るグラフィカルでダイナミック、かつインタラクティブなWebソリューションを提供するGoogle Maps APIを活用することにより、情報教育の目標を達成する上で必要な論理的思考力を高めるプログラミング教育の活性化を目指す。また、Webサーバ・Webサイトの構築・運営を通し、生徒が主体的に課題や問題を発見し論理的に解決していく能力や、意欲・関心・態度という目に見えない学力を育成する。

(2)「Google Maps APIによる集合知的情報発信」

地域を熟知している1つの集団として、校区という限られた地域で日々生活している小学生が挙げられる。小学校では社会科や生活科、総合的な学習の時間などを利用して校区探索し、実際に見て感じたものを文章やイラストによる絵地図として表現している。しかし、アナログデータという特性から時間

的・場所的制限があり、広く一般の目に触れる機会は少ない。そこで、小学生が収集した地域の生きた情報を高校生が開発した地図サイトに実装し、集合知的情報発信することによって地域貢献を目指す。

2．実践研究の概要

小学生の「地域の生きた情報」と、高校生の「最新の情報の技術」の融合（コラボレーション・コミュニティ・コミュニケーション）が付加価値の高い情報を創出し、Google Maps APIを中心としたWeb 2.0の最新技術によってさらに表現豊かなものになり、神戸の情報を世界に向けて集合知的情報発信する取り組みである。

また、専門高校におけるプログラミング教育を深化・発展・活性化させる教材としてその開発を進めるとともに、地図のコンテンツや地図の種類（街路樹マップ、民話・伝説マップ、防災・ハザードマップなど）がユーザ（神戸市169校の小学生）の手によって日々増殖・拡大する永遠のベータ版として発展させる実践研究である。

3．実践研究の着眼点

実践研究を行うにあたってWeb 2.0の特徴である「プラットフォームとしてのウェブ」「集合知の利用」「軽量なプログラミングモデル」「リッチなユーザ体験」に着目した。システムの利用がOSに左右されず、また、特別なソフトウェアのインストールを必要とせず、インターネット接続環境とブラウザのみで稼動可能なこと。主たるユーザである小学生の毎日の発見がWebサイトに集結・増殖可能なこと。Ajaxを利用した単純なインターフェイスを採用し、ブラウザとテキストエディタのみの簡便な環境でシステム開発が可能なこと。そして、エンドユーザが動的・双方的な技術によって、斬新でリッチな操作体験が可能になるからである。

技術面では「Google Maps API」「Ajax（Asynchronous JavaScript + XML）」「DOM（Document Object Model）」に着目した。Google Maps APIとはGoogleが提供するWeb APIであり、地図データや航空写真等を無償で利用可能なこと。Ajaxによって画面遷移のない地図表示とXMLデータの利用が可能になること。DOMによってHTMLドキュメントを動的に取り扱うことが可能になるからである。また、リアルタイムに緯度・経度情報を取得する「GPS（Global Positioning System）」にも着目した。通常、コンピュータのファイルを扱う場合、記録される情報には作成日時や作成者などがあるが、場所についてのデータは記録されない。GPS連動デジタルカメラやナビゲーションシステムの普及に伴い、今後コンピュータシステムにおいても5W1Hの要素である位置情報が重要になると考えたからである。

Ⅲ　実践研究の詳細

1．Webサイトの開発

平成19年度は「会下山宣伝株式会社」と題し、神戸市立会下山小学校の4年生94名と連携してWebサイトを開発した。校区探索で得た店舗や史跡などについての作文、写真、イラスト、連絡先、Web掲載許諾書を小学校から頂き、本校でデジタル化（XML化）してシステムに組み込んだ。

・Ajaxによる画面遷移のない地図表示
・XMLによるデータ管理
・JavaScriptによる写真のスライドショー
・CSSによるメニューの制御
・DOMによるタグの制御
・GeoCodingによる地名の緯度・経度変換
・Google Maps APIによる距離計算
・リッチ・クライアントの実現

ソースコードの一部

```
function mapLoad(mapType) {
  var map = new GMap2(document.getElementById("mapArea"));
  var LatLngCenter = new GLatLng(34.690083, 135.195511);
  map.setCenter(LatLngCenter, 13, G_NORMAL_MAP);
  if(mapType == "Nor") {
    map.setMapType( G_NORMAL_MAP );
  } else if(mapType == "Sat") {
    map.setMapType( G_SATELLITE_MAP );
  } else if(mapType == "Hyb") {
    map.setMapType( G_HYBRID_MAP );
  }
  GEvent.addListener(map, "click", mapPoint);
}
function mapPoint(Overlay, LatLng) {
  document.getElementById("LatLngArea").innerHTML = LatLng;
}
```

神戸市立会下山小学校のWebサイト
http://www.kobe-c.ed.jp/egy-es/

2．プログラミング教材と授業実践

Google Maps APIを活用したWebプログラミングを講義するにあたり、主要な機能を網羅したWebサイトを試作し、これを46段階に細分化（スモール・ステップ化）して教材を開発した。第１段階は単純に地図のみを表示する数行のプログラムから始まり、これを元にListener機能、地図の切替コントロール、縮尺コントロール、オーバービュー、マーカー表示、距離計算機能、GeoCoding機能、情報ウィンドウ機能、ベクトル描画機能、XML連携機能などを1つずつ追加しながら学習できるよう編成した。スモール・ステップとAjaxを活用することにより、実行結果が即時フィードバックされて学習成果をリアルタイムで確認でき、デバッグの範囲も限定されるので効率的・効果的に学習可能なものとした。全てのプログラミング教材は実験用Webサイト（http://shinko.servebeer.com/）で公開し、授業中はもとより放課後や家庭においても自己速度・自己ペースで学習可能なものとした。

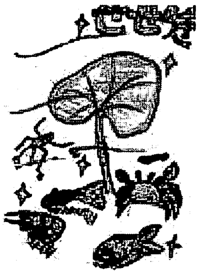
１学期はプログラミング教材によるGoogle Maps APIを活用したWebプログラミングの基礎を学習し、２学期以降はWebサイトのシステムを開発するグループ、神戸市教育委員会に提供して頂いた神戸市立小学校169校の校区の地図に基づきベクトルデータをXML化するグループ、小学校から提供して頂いた作文やイラスト等を校正しながらデジタル化（XML化）するグループに分かれて学習活動を展開した。

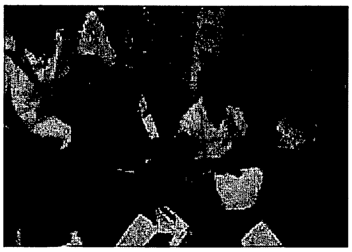
3．小学生との校区探索と合同発表会

小学校では社会科や生活科、総合的学習の時間などを利用して校区探索を実施し、史跡・名勝や企業・店舗を始め、遊び慣れている公園などを探索・調査している。平成19年度は神戸市立会下山小学校4年生の校区探索に同行し、高校生が小学生を引率しながら取材を行った。保育所では保育士の1日の仕事や年間行事、保育所の歴史や施設などについて、パン屋では1日の売り上げや売り上げ上位のパン、原料で配慮している点や価格の変化など、高校生顔負けのインタビューをしていた。また、「せせらぎ通り」という人工の小川ではミジンコやアオミドロなど高校生なら見逃すような生物を発見する反面、小学生にとって難解な石碑の文章を高校生が解説するなど、双方にとって有意義な校区探索となった。

３学期は完成したWebサイトの披露を兼ね、小学生と高校生合同の発表会を開催した。Webサイトの

特徴や操作方法、Webサイトを利用したクイズ大会などを企画し、小学生は自分たちの作文やイラストがマウス操作のみで次々に情報ウィンドウに表示されるのを見て感動している様子であった。





小学生を引率して校区探検

Webサイトの合同発表会

4. アンケート結果と生徒の変化

課題研究1講座10名と母集団としては少ないがアンケートを実施した。Web 2.0やGoogle Maps APIについては、100%（10名中10名）の生徒が興味・関心を持てたと回答し、知識・理解についても100%（10名中10名）の生徒が知識・理解は深まったという結果であった。Google Maps APIによってアルゴリズムを考えることを楽しいと感じたかについては、90%（10名中9名）の生徒が楽しいと回答した。ちなみに、Google Maps APIとCOBOLを対比し、将来も継続したプログラミング学習に取り組むかという設問については、前者が70%で後者が30%と明らかに差が見られ、Google Maps APIによるプログラミング学習は内発的動機付けの教材として一定の成果があったと考えられる。

本校では従来、企業や大学・専門学校などとの連携で情報教育の深化・発展を図ってきたが、生徒は講義を受けるというスタンスであった。本実践研究では年少の小学生との協同・連携へと視点を変えたことにより、生徒の学習に対する姿勢は「受動的」から他に積極的に働きかけるという「能動的」に変化した。校区探索での引率はもとより、システム開発の場面においても「小学生を喜ばせるために」という声が聞かれるなど、小学生との連携によって生徒の学習に対する姿勢の変化が見られた。

Ⅳ　おわりに

1. 今後の課題と展望

平成20年度は統廃合を予定している4校の小学校のWebサイトを開発する。Webサイトを通してお互いの校区を知り、発展的統合の1つの支援に結び付けたいと取り組んでいる。今後は神戸市内169校のWebサイトへ拡大し、コンテンツの充実を図っていきたいと考えている。さらに、現行のシステムではXMLの知識やFTPの技術がなければデータの更新はできないので、GUI操作によって容易にアップデートできるシステムが必要である。また、地図の種類の分類についてもディレクトリ構造（階層構造）を採っているがこの限界を認識し、小学生の自由なキーワードによるタグ付けでデータを緩やかに分類するFolksonomyの手法に基づき、本来の意味での集合知的情報発信を目指していきたいと考えている。

2. プログラム言語の取り扱いと指導法

日々進展する情報業界によりプログラム言語への対応を求められるが、情報教育で100年後も通用する不易かつ普遍的な存在は「アルゴリズム」であろう。従って、表引き、整列、順位付けなどのアルゴリズムはフローチャートと擬似言語を中心に講義し、実習で使用する言語には固執しなくても良いと思われる。しかしながら、情報業界の潮流からC言語から派生した言語を選択すべきであろう。さらに、「グラフィカル」「ダイナミック」「インタラクティブ」な処理結果をもたらし、生徒の興味・関心を引く内発的動機付けになり得る言語、家庭での自主的な学習活動を支援するためにOSの種類を問わない「クロスプラットフォーム」で動作する言語、実習環境の構築が「容易・低コスト」な言語であることが必要であろう。以上の点から本校では、C言語系かつJavaやPHP、Perl、Ruby、Ajaxなどへの移行・発展も容易で、ブラウザとテキストエディタのみで開発が行え、グラフィカルでダイナミック、かつインタラクティブなWebソリューションを提供するJavaScriptが妥当であると判断している。

「本校情報システム科の取り組みについて」
― 進学に向けた教育課程編成と高度な資格取得の取り組み ―

北海道札幌国際情報高等学校　教諭　三　浦　祐　幸
〃　　　　　　教諭　上　杉　知　也

はじめに

本校は平成７年４月に開校し、平成20年３月に11回目の卒業生を送り出した。開校以来、本校の商業に関する専門学科では、高度な資格取得と大学進学実現を二つの大きな柱として取り組んできた結果、進学率は90％程度となっている。

本校の平成20年３月の卒業者の情報システム科の進路状況では、国公立大学進学が30％を超えている。この進路実績は、本校入学生の努力と保護者の理解と協力に加え、本校進路指導部、普通教科教員と専門教科教員の共通認識に基づいた全校体制の進学指導の成果である。

ここでは、本校の進学指導体制と進学に向けた教育課程編成と専門性を高める高度な資格取得に向けた取組について紹介する。

Ⅰ　本校の概要

本校は国際化・情報化に対応する複合的な教育を目指す新しいタイプの高等学校として平成７年４月、普通科２間口、国際文化科２間口、情報技術科１間口、情報システム科１間口、流通サービス科２間口のあわせて５学科８間口で開校した。

Ⅱ　本校の進学状況

１．情報システム科の進路希望調査状況と進路決定状況

本校では、進路指導部が中心となって各学年の前期と後期の始まりに、進路希望調査を実施している。１学年４月の進路希望調査では、両学科併せて進学希望者は約80％を超えいる。その内約50％が国公立大学への進学を希望しており、生徒と保護者の進学意識の高さを伺うことができる。さらに、２年後の３学年４月の進路希望調査においても、進路希望がほぼ変わらないことが、本校の特徴である。生徒の進路希望実現に向けた高い意欲とこれに応える進学指導体制の確立が、卒業時の進路実績につながっている。

２．情報システム科の進路希望調査状況と進路決定状況

１年次から３年次の進学希望の半数を占める国公立大学受験希望者や大学別人数の推移には、ほとんど変化がなく、進路希望に近い状況で進路先が決定している。国公立大学希望者が半数を占めている状況を考えると、より多くの生徒に「センター試験５教科６科目または７科目」の一般入試に対応し得る学力を養成することが今後の課題である。

Ⅲ　情報システム科の教育課程と進学指導体制

１．教育課程の編成

平成12年度に改定された教育課程編成時では、２年次に「英語」を必修とし、英語の授業時数を確保するとともに、「数学ⅡＢ」の選択履修を可能にし、北海道大学、小樽商科大学２次試験に対応できるようにした。しかし、平成16年度から国公立大学の入試科目が、５教科６科目または７科目へ増えるこ

となり、それに対応することが急務になった。さらに、北海道大学では理科科目「理科総合Ａ・Ｂ」、地歴科目「日本史Ａ」、「世界史Ａ」、「地理Ａ」等での受験は認められず、理科については「生物Ⅰ」ないし「化学Ⅰ」の学習が必要になり、地歴科目においても「Ｂ科目」への対応が必要になった。そこで、本校の進学希望状況から考え、一般入試において北海道大学文系学部への受験を保障することを目標として教育課程を再編成した。これにより、医療・看護系の進学にも対応できるようになった。

平成12年度改定の教育課程では３学年とも30単位で、火曜日と木曜日に進学講習を実施していた。平成15年度以後の教育課程では、国公立大学５教科６科目または７科目への対応から１・２年生は31単位とし、火曜日を７時間授業とした。３年生は30単位、火曜日の７時間目の時間帯は普通教科の進学講習を実施している。大学受験に対応するため、普通教科の単位を増やしたことで、専門教科は25単位の最低履修となったが、指導方法を工夫することにより専門性を深化させるとともに「情報関係基礎」や「簿記・会計」などで受験にも対応できるよう日々研鑽に努めている。

平成19年度学年別情報システム科教育課程表

＜情報システム科＞

1年	国語総合	世界史A	数学Ⅰ	数学A	体育	保健	音楽Ⅰ／美術Ⅰ／書道Ⅰ	英語Ⅰ	オーラル・コミュニケーションⅠ	ビジネス基礎	システムアドミニストレータ	情報処理	LHR	総合的な学習の時間

			選択21									選択22／選択23		
2年	現代文	古典	日本史A／地理A	理科総合A	体育	保健	英語Ⅱ	家庭基礎	簿記	プログラミング	コンピュータ技術	数学Ⅱ／プログラミング研究／商品と流通・データベース	LHR	総合的な学習の時間

		選択31							選択32						
3年	現代文	日本史B／地理B	世界史A	生物Ⅰ	体育	課題研究	総合実践	システム設計	英語講読／会計／ビジネス情報／オペレーティングシステム／秘書実務	選択C	選択D	選択E	選択F	LHR	総合的な学習の時間

選択C	選択D	選択E	選択F
数学B	生物Ⅰ	原価計算	ライティング
リーディング		数学研究Ⅰ	地域研究
簿記演習		古典講読	政治・経済
システム開発		政治・経済	文書デザイン
経済活動と法	国際ボランティア基礎	化学Ⅰ	生活科学
コンピュータ・LL演習	生活科学	基礎フランス語	マルチメディア応用
	環境科学	基礎ロシア語	
	音楽Ⅲ	基礎中国語	
	美術Ⅲ	基礎ハングル	
	古典講読	北海道の自然	
		コンピュータグラフィック	
		素描	
		作曲	

２．進学指導体制

進学講習は、平日放課後講習、土曜講習、長期休業講習を実施しており、進学希望者の80％以上は参加している状況である。模擬試験も１年生から計画的に受験しており、進学希望の生徒はほぼ受験している。

Ⅳ　多様化する大学入試への対応と高度な資格取得

１．　ＡＯ入試

文部科学省の調査では、平成19(2007)年の大学入試では、国公私立大450を超える大学で実施、北海道では、北海道大学（教育・経済など８学部）を含め、国公私立大31校が実施した。しかし、九州大学が2010年からの法学部ＡＯ入試廃止を発表、一橋大学なども廃止を決定、一般入試で入学者した学生との比較において、ＡＯ入学生の学力不足をあげている。しかし、私立大ではむしろ学生集めの手段となっ

ている。
　ＡＯ入試の傾向として、
（１）　自己推薦書・自己申告書、調査書による一次審査、小論文や面接による二次審査で合否を決定。
（２）　事前エントリー制や、スクーリングを実施し多面的に評価し、合否を決定する。
（３）　大学入試センター試験を課し、多面的に合否を決定する。
　など多種多様化しているが、“やる気”が必ず問われることである。
大学側の求める資質に合った学を育て、大学入試センター試験に対応できる学力を身につけさせる指導も必要である。ＡＯ入試はその過程で、自己を再発見し、自己の適性を選択するという教育的な機能を持っている。これは一般入試にはない（本校生は、毎年北海道大学の教育学部および経済学部のAO入試に挑戦、成績も優秀で北大のＨＰページで紹介)。我々教師は注入型の授業から脱し、３年後を見据え、魅力ある教育課程を編成・実施・評価し、「大学・学科が求める生徒像」を構築していくことが必要である。

２．　専門高校卒業生選抜
　北海道の国公立大学では小樽商科大学に代表されるが、何らかの配慮を設けて選抜を実施する大学は60校弱である。大学入試センター試験や小論文を課す大学が多く、その対策が肝要で、その指導法を互いに切磋琢磨したいものである。

Ｖ　大学入試センター試験と高度な資格取得に対する取り組み
１.「簿記・会計」・「情報関係基礎」の指導について
　上記科目について、本校生徒に限って見ると、情報関係基礎において数Ⅱ・B選択者との比較から大きな優位性がみられる（全国平均51.5点、本校生平均80.9点)。以下その指導について述べる。

２.「簿記・会計」の取組（情報システム科）
⑴　「簿記」　情報システム科（３単位）　２年次必修
　３単位という単位数ながら、１月の全商２級取得を目指す。検定後は会計の授業を学習して　いる。
⑵　「簿記演習」　情報システム科（４単位）　３年次選択
　大学入試センター試験を受験予定の生徒のみが選択。６月に会計１級受験、合格に終始せず、範囲を終えること。夏季休業後、大学入試センター試験「簿記・会計」の過去問題演習とし、大手予備校のHPよりダウンロードしている。出題の形式や論理的思考の訓練になる。検定取得のための簿記を指導している場合、教師側も相当困惑するが、「簿記本来の一連の流れ」という本来の学習を深めるには大変意義のあるものである。

３.「情報関係基礎」の取組（情報システム科）
⑴　「システムアドミニストレータ」　４単位　１年次必修
　科目名どおりの授業であり、主にシステムアドミニストレータ試験「午前」の部を学習する。具体的には、１情報化と経営、２システム開発と運用、３コンピュータシステム、４セキュリティと標準化、５ネットワーク技術、６表計算、７データベースの7分野で指導している。２年次４月の試験に向けて、１年間かけてシステムアドミニストレータの学習を行い、情報関係の知識を深め大学入試センター試験の基礎固めと、ビジネスの基礎や方法についても理解を深めている。
⑵　「情報処理」　２単位　１年次必修
　表計算とプログラミングの基礎分野を中心に学習する。９月の情報処理検定ビジネス情報部門２級受験後、２年次「プログラミング」との連携を考え、VBAの基礎を学習し、１月のプログラミング

部門２級（VB）を受験する。その後、上記科目と連携し「午後」の部を学習する。「午後」の部は表計算とデータベースが中心であり、「情報処理」をより発展させて学習している。

(3)　「プログラミング」　3単位　２年次必修

「コンピュータ技術」　３単位　２年次必修

「情報処理」・「システムアドミニストレータ」の内容を発展させVBAでアルゴリズムを学習する。両科目が連携しコース制とし、基本情報処理技術者コース（システムアドミニストレータ取得者）と情報処理検定ビジネス情報１級コース（同未取得者）となる。

４．両科目の指導上の留意事項

(1)　新学習指導要領のそれぞれの内容等についてより一層熟知すること。

(2)　普通教科「情報Ａ・Ｂ・Ｃ」、専門教科「情報」、「簿記」と「会計」に係わるすべての検定教科書を手元に置き、日々研鑽すること。

(3)　情報処理検定から発展させ、初級システムアドミニストレータ、基本情報処理技術者、簿記検定（日商・全商・全経）の内容を意識した指導すること。

(4)　過去の試験問題を徹底的に分析すること。

(5)　特に情報処理科等に在籍する生徒に、適切な時期に国家試験問題を取り組ませること。

(6)　経済環境の変化対応するために商法・会社法などの改正が行われているので、指導者としてアンテナを高くして情報収集をしながら、教材の研究、開発を進めること。

Ⅵ　シンクライアントシステムの構築

１　シンクライアントシステムの構築の経緯

北海道では、コンピュータ教室のリース期間は５年間である。情報システム科が利用しているパソコンは特に稼働時間が長く、要求されるスペックが高い。そのため発熱量も高く、そのため経年変化によるハードディスク障害が他のコンピュータ教室に比べ非常に多かった。リース更新時に、こうした状況を少しでも軽減できるシステムとして、ハードディスクのないシンクライアントシステムの導入を検討した。

２　運用状況と今後の課題

導入から３年が経過しているが、初期不良を除き本体の障害は発生しておらず、教員もメンテナンス作業から解放されいる。シンクライアント端末の起動は、ネットブート方式を採用している。本校では、万が一に備えブート用サーバはデュアル方式で構築している。これまでに、ブート用サーバは障害を起こしていないが、今後経年変化によるサーバの稼働率の状況を見ていく必要がある。

おわりに

北海道内の国公立大学の商業に関する学科卒業生に対する間口は、非常に狭い。本校において、専門高校生選抜やＡＯ入試など、商業に学ぶ生徒を対象にした入試を最大限に活用しても、学校指定枠、センター試験での得点、平均評定などのハードルが待ち受けている。

また、来春の入試から本校の位置する石狩学区が一学区化（現在７学区と細分化されている）、入試科目も各学校で高難度の問題の選択が可能と、劇的に入試地図が塗り変わる可能性がある。普通科志向の強い現在、本学科が、進学の実現、高度な資格取得を二本柱に据えていあるが、中学校教員のほとんどが普通科出身の中、中学校側では、進路希望・能力・適性を考慮した進路指導が行われているとはいえない。専門学科に対する正しい理解（正しい知識を持てもらう）を得ていただく努力を重ね、広報活動の充実を進める必要があることを付記しておきたい。

質疑応答および講評（要旨）

第3分科会

猿見田教諭に対する質問と回答

（質）担当教員数、役割分担，研修などの校内体制はどのようになっているのでしょうか。また、外部との調整について教えていただきたい。　**（東京都　八王子桑志　河合教諭）**

（答）私が主担当で５年前から取り組んでいます。私を含めて課題研究の授業を受け持っている教員３名で役割を分担し、企業の担当などと分けています。現在研修はしていませんが、今後は研修が必要になるでしょう。流れについてはマニュアル化されていて、５年間のまとめの完成版マニュアルを作成中です。外部との調整はある程度、顔なじみな関係ができているため今後も同様の関係を保っていきたい。青年会議所の方は入れ替わりがあるので、会合に参加している。

甲斐・加藤・小菅・中村・谷内・越前屋・中村・夏目教諭に対する質問と回答

（質）独自のシステムを利用するための苦労やバージョンアップの工夫点など具体例があればお教えいただきたい。　**（北海道　苫前商業　大庭教諭）**

（答）独自でシステムを開発するということ自体が苦労でした。基本的には本校の在職の教員によってつくっています。中には、もう退職をされた方もいます。開発ソフトはParlでCGIを作成し、Delphiでデータベースを作っていますが、誰でも手軽に扱える言語ではありませんので、メンテナンスの面で苦労があります。担当者のスキルアップが必要と考えています。

バージョンアップ等は連携している学校の担当者が年に一度集まり、テキストの修正やシステム変更の要望等の意見をだして、徐々に修正をしています。その際の意見を学校同士で授業展開の工夫にも役立てている。

清水教諭に対する質問と回答

（質）プログラミング離れの傾向がある中、プログラミング言語に対する生徒の反応や理解度の実際はどうでしたか。　**（北海道　洞爺　猪股教諭）**

（答）忍耐を必要とするようなデバッグや論理的思考をしながら作業をすることから離れていく生徒が多い。例えば、COBOL言語等の指導ではピリオド１つやロジックのエラー、プロシージャに入る前までが長いなど。また、開発環境にお金がかかるため家庭学習による実習がしづらく、プログラミング系列の学習を選択する生徒が年々減少している。

３年前からJavaScript言語による指導を行い、開発する環境が簡単になりました。Windowsに付属のメモ帳とブラウザがあれば実習可能で、MacintoshやLinuxでも同様です。また、スクリプト言語のためコンパイル作業もなく結果もすぐ反映されるため、生徒の反応もよい。スクリプト言語によるアルゴリズム学習は正解であったと考えている。

三浦・上杉教諭に対する質問・回答

（質）１点目、国公立大学への進学指導と国家試験受験の指導は両立して行えているかどうか。２点目、２年時の基本コースと情報１級コースの生徒の人数割合とその指導体制はどのようになっているのか。３点目、基本情報コースで指導している言語は何ですか。　**（島根県　松江商業　福間教諭）**

（答）国公立大学の受験指導では試験の範囲を考えた場合、数学Ⅰ・Aを最低で５単位、本来であれば６単位欲しい。１年生について数学Ⅰ・数学Aを５単位で実施している。普通科は国立大学に60%近く合格していて、当初は商業科とは違う教科書でしたが商業科の要望で全学科同一の教科書で指導を行っている。さらに同一の模擬試験も実施し成績上位者を掲示しているため、普通教科の勉強にも意識させている。また、学年商業科は資格の勉強、専門性を高めるよう指導している。検定前補習も実施しているが検定1週間前。木曜日は平常講習があるため商業の補習は入れられなが、生徒の自主性に任せる形をとり、できる生徒は個々に先に進ませる。基本的には日々の授業の中と日々

の積み重ねを重要視した指導を行っている。
普通教科の先生方でも六大学等の私立大学に、一般受験で入学するのは難しいと言う意見もあったが、生徒が頑張り明治大、法政大に合格、国立大学も筑波大や東北大に合格している。進路指導は普通科も含めてすべて同じ形で行っている。逆に就職者が少ないということで、就職ガイダンスや履歴書指導は放課後や昼休みに行うというのが本校の実情。
2年次の基本情報コースと情報1級コースの生徒の人数の割合は学年によって違います。今年は20名合格していますので50%、50%です。指導体制は1クラスに教員2名、実習助手1名の3人を配置しています。
基本情報コースはで指導している言語はアセンブラです。キャッスルを学習しています。しかし、普段はVBAを行っています。

天野指導講師の講評（要旨）

従来の総合実践における同時同業取引という実務体験に、 情報通信ネットワークを活用した模擬取引とすることにより、 校内だけでなく、 全国の学校による校外での模擬取引の体験が可能となることを実証した研究発表であった。

この研究により、 今まで校内で行っていた同時同業取引の実務体験に加え、 ネットワーク上での商取引の契約と決済までの流れ、 セキュリティの管理、 ネチケット、 知的財産権、 画像処理の方法など、 手作業による同時同業取引の内容に、 これまで以上に経営情報関連科目群の内容が関連づけられた発表となった。

とりわけ、 それぞれの地域の特産品を調査したり、 地域と連携して商品の開発に手がけ、 実際に販売に至る経験を経ることにより、 知的財産権や商標権の学習から、 オリジナルのブランド名や商標をつけるなど、 机上の学習活動では経験することのない新たな実践的な学習内容が加わり、 商業の教育活動の広がりを確認する内容となった。

また、 校外でのネット取引では相手がまったく見えない取引のため、 ＰＲの方法に苦慮したり、 メール等で相手方へ配慮や誠意をどう示すのかなど、 ネット取引ならではのビジネスマナーも一層深めることができた。

この点に関しては、 ｗｅｂカメラを活用したテレビ会議システムを導入や、 修学旅行で愛知県の学校が啓北商業を訪問して交流会を設定することにより、 それぞれの商品をＰＲするなど、 プロモーション活動に工夫をこらした取り組みもあった。

ビジネス活動は、 改めていうもでもなく、 ビジネス活動は人材が大切であるということがわかったことも生徒にとってはよい経験であった。

ネット取引の流れを理解させることにより、 ヒット商品を生み出す発想と、 ビジネスチャンスを上手に生かせば、 だれでも、 会社を起業することができるという体験は、 将来の起業家育成に大きく貢献する研究となった。

この秋、 告示される新学習指導要領の 「電子商取引」 という科目に先駆けた研究にもなり、 大変参考になる研究であった。

今後は、 起業から、 決済までの流れと、 同時同業の取引の形態を理解させた上で、 それを電子版におきかえた場合、 どこがどうなっていくのかを十分に理解させることができれば、 電子商取引が一層楽しくなると思う。 また、 今後も、 より多くの学校の参加をつのることにより、 全国規模で活気のある電子商取引が展開できるものと期待する。

リアル取引においては、 最初は簡単なホームページを立ち上げ、 フォームを作成した後、 電子メールでやりとりするものから、 出品商品を研究し、 インターネットモールに参加するものまでさまざまな形態が考えられるが、 多くの学校の参加により、 実際の取引に近づくよう今後の研究を継続してほ

しい。
特に地元企業と連携してオリジナル商品やパッケージの開発を手がけることにより、リアル取引も充実したものになり、マーケティングや商業デザインといった学習活動も加わり、一層集大成された内容になっていくものと考える。

生徒の進度を把握するために、教育管理システムを活用した研究は、今後、さまざま科目で活用することも可能なので、実践事例を増やし、さらに研究を進めてほしい。

インターネットを活用した教育実銭ということで、3年間の試行錯誤があったからこそ、このようなすばらしいシステムができあがったのだと思うし、本当に5校、8人の先生方に敬意を表する。

特に、札幌啓北商業の先生方におかれては、このようなシステムを開発するのに、膨大な時間をかけ、に大変なご苦労があったと聞いている。今後は、このシステムの維持のために、校内で十分な研修を行い、担当者が異動しても継続できるよう、システム管理者の育成を図りたい。また、システムの維持・管理が大変だが、ブラッシュアップされ、ますますすばらしいシステムになっていくことを期待して講評とする。

近年の情報システム科の進学率90%、特に国公立大学への進学実績30%を誇る学校として、進学指導体制の確立に向けた教育課程の工夫と、高度な資格取得を武器にどう大学入試対策に活用していくか、また、情報システムとしてシンクライアントシステムの導入した実践事例の研究発表があった。
進学対策として、基礎学力から受験学力の確立ということで、センター試験対策に対応した教育課程を工夫・改善しているだけでなく、模擬試験の効果的な実施と予備校との連携により、情報を収集し、十分な対策をたて、これまで蓄積した受験生のデータとつきあわせながら、きめ細かい進学指導を行っているが、それだけでは、進学実績は向上していかない。

7時間目の授業、長期休業中の講習、土曜補習など、学校をあげての指導があってこそ、受験学力が身に付き、進学実績の維持できるのであり、先生方の意気込みを感じる。

特に、センター入試にある「数学Ⅱ」については、全国平均を平均15点以上、「工業数理基礎」については平均35点以上、「簿記・会計」、「情報関係基礎」については平均10点以上、全国平均を上回る結果が出ているが、一般受験で数学に対応した教育課程や資格取得の指導として「システムアドミニストレータ試験」、「基本情報技術者試験」、全商の「簿記検定」、「情報処理検定」に取り組んでいるからこそ、これだけの高得点が出せるのだと思う。

特に情報処理では、これだけの単位数で、シスアドを取得させたり、ＶＢＡから高度なアルゴリズムを習得させるのは至難のわざで、先生方の日常の補講体制が確立され、内部努力があるからこそ実現できる。

進学を考えた時、商業科の課程にある学校は、25単位は商業に関する科目を履修しなければならないので、普通科目だけを学習する普通科高校の生徒と比べて、大変な差があるということは周知の通りだが、専門高校生が高度な資格をもって大学に入学すれば、専門科目の勉強の仕方はよくわかっているから、入学後より高度な資格取得に最初から挑戦できるし、普通科高校から大学に入った学生にとって、高度な資格取得をもつ学生に対して、その学生を目標とすることができるので、専門高校生を資格取得の牽引役にすえるということでは、大学側にも大きなメリットがある。このことを大学側はよく理解してほしいし、全商としてもここを大きくＰＲしていくとともに、今後も専門高校生の活躍に是非期待したいところである。

今後は、中学校訪問の際に、当該中学校の卒業生が、高校卒業後大学に進学した学生が、どのような成績で、どのような資格を取得し、どのようなところに就職し、活躍しているか等を追跡調査したものをデータベース化し、それをもっと中学校に提示し、ＰＲすることを募集対策に組み入れるとよい。
また、来年度から「ＩＴパスポート試験」「基本情報技術者試験」がスタートし、カリキュラム

も発表されているので、これらの資格取得に対応した情報処理関連科目の学習内容や指導計画の見直しが急務である。

シンクライアントシステムの導入に関しては、本日は時間がなく詳しい発表がほしかったが、各校とも関心が高いところであるので、このシステムを使用するとき、実際にどのような実習が向いていて、不向きなものは何か、また、ある使用環境で実習した場合、応答時間はどのくらいかなどの情報があると大変参考になる。

生徒の入学時の大学進学に対する希望が、2年後もあまりかわらないということ発表があったが、これは学校に対する大きな期待が高いことと、モチベーション維持するために、先生方が夢を語り、夢を実現させていく熱心な指導を展開している証である。

生徒を希望の大学に進学させるために、ありとあらゆる手段を考え、生徒の進路保証を実現するために先生方が日々研究・努力されている報告は、今後の商業高校の進学指導に夢と勇気を与えてくれる。これからもますます、進学と高度資格取得の実績が高まるよう祈念して講評とする。

逢見指導講師の講評（要旨）

第1指定発表で岐阜県関市立関商工高等学校猿見田先生が発表された研究主題「課題研究で取り組む、地元企業のWeb制作」は、生徒に企画力やコミュニケーション能力、プレゼンテーション能力、総合力（問題解決能力）の育成を目指した大変素晴らしい取り組みである。この取り組みは、現行学習指導要領で示されている「自ら課題を見付け、自ら学び、自ら考え、主体的に判断し、よりよく問題を解決する資質や能力の育成」につながるものであり、まさに「生きる力」を育成するための取り組みである。　さらに、中央教育審議会答申（平成20年1月17日）では、21世紀の「知識基盤社会」において、「自己責任を果たし、他者と切磋琢磨しつつ一定の役割を果たすためには、基礎的・基本的な知識・技能の習得やそれらを活用して課題を見いだし、解決するための思考力・判断力・表現力等が必要である。しかも、知識・技術は、陳腐化しないよう常に更新する必要がある。」と示されている。このことからも、大学や企業との連携により、魅力あるホームページ制作のために「Java Script」、「css」、「Flash」、「ユニバーサルデザイン」など新しい技術を積極的に取り入れた指導は、技術の進歩や社会の変化に適切に対応しており、ICTを活用する能力の育成にとっても大変効果的である。

現在、商業教育は大変厳しい状況におかれており、全国的にも商業高校の統廃合や総合学科への転換などが進められている。このような状況において、商業教育の必要性や商業高校の存在感を示し、地域経済を支える人材育成機関としての役割を果たすためにも、地域の活性化につながる取り組みを地域と共に考え、将来の貴重な人材として高校生を育ててもらう取り組みとして、是非、今後も継続的に取り組んでいただきたい。

なお、地元企業のホームページ制作は、本研究会開催地の北海道でも数校実施しているが全国的にはまだ少ないようであり、「地域に開かれ地域から信頼される学校」、「地域に根ざして地域から必要とされる学校」、「地域経済を支える人材を育成する学校」づくりのために、各学校でも参考にして積極的に取り組んでいただきたい。

第1自由発表で神戸市立神港高等学校清水先生が発表された「Web2.0を活用した小学生と高校生の協同研究」は、昨年度の本大会4分科会の指定発表「経営情報分野におけるオープン・ソース・ソフトウェアの利用」に続いて2年連続での発表である。昨年度の内容をさらに発展させた発表は、時代の変化に対応した先進的な取り組みであり、今後の情報処理教育の一つの方向性を示したものである。とくに、「Google Maps API」に代表される「Ajax」等の最新技術を導入したWebページ制作の学習は、生徒の学習意欲の高揚が図られるとともに、ICTの最先端の技術に触れることにより学習に対する自信にもつながるものである。

また、 情報処理教育におけるプログラム言語離れが心配されている現在において、 「Java Script」による指導は今後のプログラミング教育の在り方について一石を投じたものである。 学習指導要領では、 科目 「プログラミング」 についてプログラム言語の指定はないが、 教科書が 「COBOL」 や「Visual Basic」 での記述となっているため、 他の言語での指導においては教材の準備が大きな課題である。 神港高等学校では、 第１学年の科目 「情報処理」 の教材として 「Java Scriptによるアルゴリズム入門」 を開発しており、 これを参考にして多くの学校で使用できる教材が開発されることが望まれる。 なお、 指導する科目については、 例えば学校設定科目として 「Webプログラミング」 等を設置することも考えられる。

小学生との協同研究として、 小学生とともに小学校の校区を調査し地域紹介のWebページを制作することは、 小学生の地域研究としての効果だけでなく、 高校生にとっても地元地域を研究する良い機会であり、 将来の地域経済を支える人材育成にも効果的である。 今後も継続して169校区の地域紹介Webページを制作する予定とのことであるが、 この取り組みをとおして地域経済の活性化につながれば商業教育としては大きな成果となる。

今回の発表を参考に、 「Ajax」 等の最先端の技術の導入によるプログラミング教育の充実と、 他校種との連携による地域活性化の取り組みが一層推進されることを期待する。

研究協議報告

テーマ「プログラミング言語の取り扱いと指導法」

○　この研究協議につきまして、ぜひ活発なご意見をいただいて意見交換をお願いできればと思います。まず、今回は北海道大会ですので、北海道の現状と取り組みの紹介をさせていただきましょう。北海道立教育研究所付属情報処理教育センターの古市俊章先生、お願いできますでしょうか。

○　北海道の取り組みの一例を紹介させていただきます。他府県でも教育センターに生徒が来所して、生徒自習が行われていると思います。北海道では広域性を考慮して、オンラインでの実習を行っています。情報処理科、情報システム科を設置している学校を対象に、専用の端末を20台設置して、光ファイバーの回線を通して、当センター内にある実習機器を遠隔で利用する実習になっています。以前は汎用機を中心としたCOBOL言語、JCL等のプログラムの実施を行っていました。今年の10月からはシステムを更新し、新しい実習を導入できるように現在構築作業中です。今回の更新としては、さまざまなOSやプログラム言語について、仮想領域の中で実習できることがポイントとなります。

新しい実習ではVMウェアを導入しまして、仮想領域をセンター内のサーバーに設置して学習をします。その中でウィンドウズ以外にも、サーバー2003、リナックス、ソラリス等のOSの実習、プログラム言語についても、C＃、Java、VB等の言語やCGIも実習できる環境を構築しております。実習の様子はプログラミングした内容をネットワークを介してセンターへ送信し、動作は遠隔のテレビカメラを使って学校の端末から確認するようになっています。

言語実習は実行結果のみにとらわれるのではなくアルゴリズムに重点をおいて、子どもたちに考えさせて発想させる。そのことを中心に現在準備をしているところです。また，それ以外にも、子どもたちが仮想の領域上で、実際にネットワークの管理者となり、インストールから始まり、サーバー構築、ユーザー管理、ファイル管理、セキュリティ管理等の実習を行うサーバー構築実習も用意しています。すべて仮想領域の中で行いますので、学校側の端末の設定等は一切変えずに、いろいろな実習ができるようになっています。

○　流れはソフトウェアの使いこなしが、だんだん中心になってきていると思います。また、基本情報処理試験の方も表計算でいいというように変わってきています。けれども、本校では、アルゴリズムを非常に重視したいと思っています。これが経営情報分野の中で100年後も通用する普遍的なものではないかと思っています。その中で、単にアルゴリズムばかりを押しつけても、生徒は逃げてしまいます。

グラフィカルでダイナミックかつインタラクティブ。こうでなければ生徒の内発的な動機づけにはならないと思います。20年ほど前のパソコン通信のときには、モデムにつなげて、ハローという文字が帰ってきただけでも感動したのですが、今の生徒にとっては、ダイナミックなものでなければアルゴリズムにもとっついてくれないと思います。

私もソフトウェアを開発するときには、半年ぐらい悩みデバックすることもざらにあります。けれども、解決したとき喜びやこれは面白いと思うことがたくさんあります。

JavaScriptを元にしたAjaxですが、数行のプログラミングでGoogleから、人工衛星からの写真も提供してもらえます。ストリートビューーで、マウスで360度の交差点の情報も見ることができます。生徒は非常に喜んでくれて、夜も寝ずに、プログラミングに取り組んでくれています。卒業して大学に入ってからでも、「面白いツールをつくったよ」と、Ajax関係のツールをメールに添付して送ってくれます。皆さんも学校で指導されるときには全商の情報処理検定や国家試験の経済産業省のシスアド、基本情報処理、ソフトウェア開発と指導されていると思われます。世の中はPerlやPHP、Rubyなどが持てはやされていますが、すべてC言語が母体になっていると思います。そこで，ぜひとも全商の試験で基本情報処理に使われているような疑似言語でアルゴリズム問う問題を出題していただければ非常にありがたいと思っています。

○　ありがとうございます。全商協会に対する要望ですなどもあるかとは思いますが、専門委員の先生方に来ていただいていますので、その部分は全商協会の方に持ち帰っていただいて、各部で検討していただくというような形になろうかと思います。

○　指導している生徒によって大きく差があるように思います。今日、発表していただいた学校ように、ある程度、進学指導も含めて資格に向けて取り組める学校は、プログラミング言語を指導してもできるのでしょうが、そうでない学校も多くあろうかと思います。

COBOLはもう要らないんじゃないかという話もあちこちで出ていますし、それを否定するものは何もありませんが、ただ、言語は思考力、アルゴリズムといった指導という意味では堅苦しくならずに、面白く、楽しく、思考力やアルゴリズムが学べるようなものがあればいいなと思います。そういった意味では、神港高校の取り組みはレベルが高いですので、もう少し入門編のような形であれば、いろいろな学校でも取り組めると思います。

開発された教材を見せていただいたら、意外に簡単にできるのかもしれませんが、今日の情報交換で、生徒が喜んで取り組んでもらえるような、指導をしていただければありがたい。また、それが本当の教育だろうと思います。

実習をしないプログラム教育というのはいかがなものかなと抵抗はあります。問題集ばかりでアルゴリズム、論理的思考力が本当に養われるのではないかと思います。

○　私は札幌国際情報高校で開校のときからおりましたので、COBOL、C減語、そして、VBAをやってまいりました。ただ、そのやる目的というとやはり「商業科の生徒で役に立つ」「社会に出て役に立つこと」となると机上だけではなく実習を伴って学習し、マクロのような具体的に日常生活の中で「こんなに便利になるのか」と実感させれば、自分から進んで学習をしていけるのではと思います。

使える部分でのプログラミング言語は必要と思います。ただ、実際にマクロではなく、本当にアルゴリズムをきちっとやっていくためには、制御構造を持った言語で教えていかなければ、本当のシステムやより発展したプログラムには進んでいかないと思います。その学校の目的、生徒の資質もあるでしょうが、目的や生徒の能力に応じて使い分けていく必要があるのではないかと思います。

オープンソースやPerl、PHPなど、実際に世の中でよく使われている部分については、求められる学校は行ってもよいのではないかと感じています。本校の場合は、専門的にはまだ行っておりませんが、最終的には卒業時までに便利な部分をもっと生徒に見せてあげられればいいなと思っています。

○　別な切り口からということで、質問もさせていただきます。

今年度で２回目になりますが、全商協会で4日間の情報スキルを上げる講習でJava言語を行っています。今年度はすでに40名を超える受講生がいます。その講師をしている先生方に、ぜひJavaで今の教科書に相当するような教材を作ってほしいとお願いをしています。Javaでの講習を採用した理由の幾つかは、オブジェクト思考プログラミングができ、C言語と違いポインタの概念がないということで比較的扱いやすいことやアプリケーション開発する際にお金がかからないということからです。
先ほどの発表でJavaScriptでのプログラミングがありましたが、他に「こういう言語をやっている」とか「こういう言語をやってほしい」との要望がありましたら、聞いてみたいと思います。

プログラミング部門の受験者が減ってきておりますが、新しい学習指導要領にもプログラミングはあります。また、さらにビジネス情報管理やシステム開発を念堂に置いたような新しい科目の新設もあります。

本協会では、VBとCOBOLの2つの言語で、プログラミング部門の問題をつくっていますが、今後も「プグラミングの問題は出題してほしい」または「出題していくべきだ」と思う先生方は挙手をしていただきたいと思います。…半分ぐらいですか。分かりました。

プログラミング言語についてですが、COBOLを続けてほしいと思う先生はどれぐらいでしょうか。

VB、C、Javaはいかがでしょうか。ここの会場だけの範囲で数えさせていただきましが、今後の検定のあり方を検討するときに参考にしたいと思います。

第４分科会

めざせ！「人間力アップ」

― 地域と連携した課題研究の取り組み ―

鳥取県立倉吉総合産業高等学校　教諭　玉　木　純　一
〃　教諭　永　田　知　子

Ⅰ　はじめに

本校の商業学科では、「社会で活躍できる商業人の育成」を目標に、資格取得に力を入れて取り組んできた。しかし、社会環境の変化に伴い、企業の求める生徒像も変わってきている。2004年版「労働経済白書」では、若者に求める能力として、コミュニケーション能力、基礎学力、資格取得、責任感を挙げている。

また、東京経営者協会が行なった「高卒新卒者に関するアンケート調査」において、高卒者採用に関し重視する点として、次のようなものを挙げている。

①コミュニケーション能力　②協調性　③基本的な生活態度、言葉遣い、マナー　④人柄、パーソナリティ ⑤職業観、就労意識　⑥積極性　⑦読み・書き・計算などの基礎学力　⑧責任感　⑨チャレンジ精神 ⑩一般常識、一般教養　⑩学業成績　（数字は順位をあらわします）

社会で求められる人材を育成するためには、どのような教育をするべきかを商業科内で議論を重ねた。その中で、資格取得だけではなく、人間性を高めることも重要であるという共通認識をした。そこで、商業学科の目標である「ひとづくり」の具体的取り組みとして、①ビジネスを学ぶ　②資格取得　③基礎学力　④人間力を高める、の４つを掲げ、ビジネスに関する専門力と人間力を兼ね備えた生徒の育成（「専門力＋人間力アップ」）をめざすことにした。

Ⅱ　人間性を育成するための「課題研究」の取り組み

そこで、現在行なっている授業の点検と見直しを行ない、「礼法指導」、「インターンシップ」、「課題研究」を、人間力を高めるための取り組みと位置付けた。そして、次のような目標を掲げた。

①　基本的な生活態度（挨拶、言葉遣い、礼儀、マナーなど）のアップを図る。

②　コミュニケーション能力（会話力、思いやりの心、聴く力、人を理解する力など）のアップを図る。

③　人間関係能力（人との交流、ふれあいを図る、協調性や対人力など）を身に付ける。

「課題研究」は平成８年度より総合的学習として導入された科目である。本校では、「課題研究」は３年生で３単位の学習を行なっている。テーマは、商業に関するもののほか、生徒の進路や将来の生き方につながるテーマも認めてきた。平成17年度までは、簿記や情報処理、ワープロなどの資格取得の講座を中心に、調査研究、ボランティアなども実施してきた。

しかし、平成18年度からは、「課題研究」を「地域や人との連携を通して人間力を高める取り組み」と位置づけ、①チャレンジショップくらそうや　②チャレンジショップＰＲ隊　③地元企業のホームページ作成　④地域研究　⑤花いっぱいプロジェクト　⑥情報機器ボランティア　⑦くらそうサロン　を実施した。また、平成19年度はテーマを絞って、①チャレンジショップくらそうや　②チャレンジショップＰＲ隊　③くらそうサロン　④情報機器活用ボランティア　⑤くらそうパソコン教室　を実施した。

これらのテーマは、生徒たちが企画して運営していくことで、地域や人との関わりを通して、課題解決能力、創造性、表現力、協調性、達成感、やりがい、チャレンジ精神、コミュニケーション力などを学び、身に付けていくことを狙って展開している。それでは、平成19年度の「課題研究」の取り組みを紹介する。

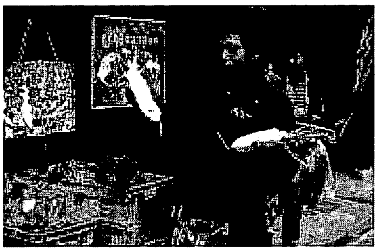
「チャレンジショップくらそうや」

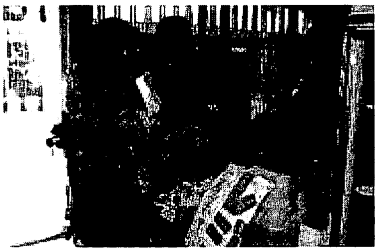
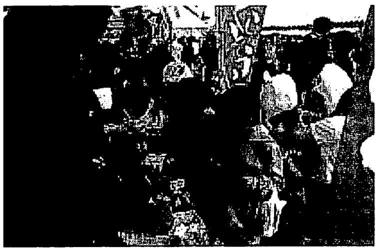
「くらそうや」は、9月中旬までは企画及び運営の準備期間として、次のような内容を外部講師も招きながら学習した。

・接客の仕方　・言葉遣いや応対マナー　・挨拶やお辞儀等の礼法指導　・販売商品の検討
・接客練習と販売の仕方　・商品知識の学習と試食　・商品の陳列方法や品揃え
・レジスターの使用法　・値札づくり　・店舗経営のノウハウ学習
・店舗設計およびレイアウト
・地域の観光スポットの学習

店舗は、倉吉市の「観光地域」である白壁土蔵群そばにオープンした。この地域は、年間約20万人の観光客があり、特に週末は観光客の方で賑わう。「くらそうや」の客層も観光客が大半であり、「地元の商品」「手作りの味」「観光土産物」などの商品を選定して販売した。営業期間は、2学期の2か月間だけである。

また、学校と同地域にある公民館の祭りにも参加した。客層は地域の方や子どもたちで、キャラクターグッズや農産物が良く売れた。また、販売に当たって、お客様に合わせた接客を心掛けることで売上につなげた。

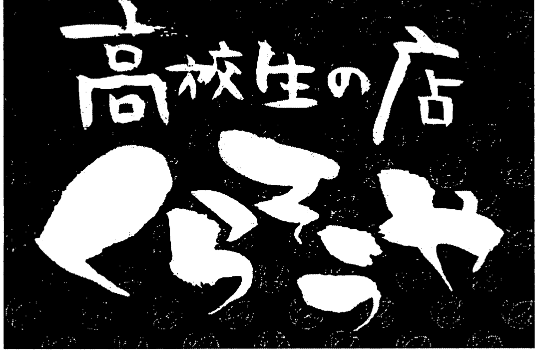


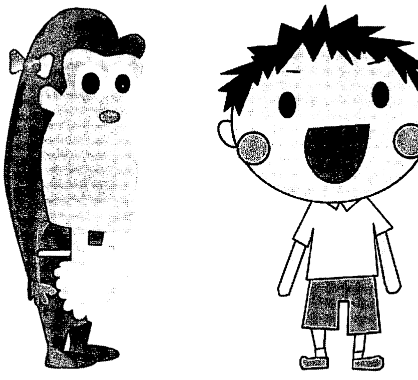
「くらそうや」の企画及び運営に当たって、他学科との連携も図った。家庭学科は、販売員が着用するエプロンの製作や販売商品「ミサンガ」の作成を行なった。また、工業学科は、くらそうやの看板製作、イベント体験コーナーで「あめんぼう作り」や「S字フック作り」の運営を行なった。

「チャレンジショップPR隊」

「チャレンジショップPR隊」は、「くらそうや」のPR部門を担当した。看板・ポスター・チラシ・商品ラベル・WEBページなどの作成や商業科新聞作りも行なった。



「くらそうや」の看板


マスコット・キャラクター

ポスター

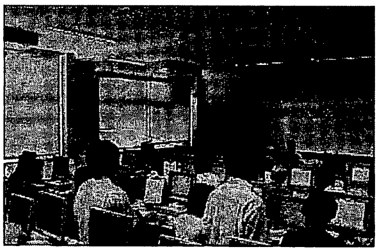
新聞折込ちらし

「くらそうパソコン教室」

「くらそうパソコン教室」は、平成19年度からスタートした講座で、生徒たちが学んだパソコン活用の知識や技術を地域の方々に講習する講座である。学んだことを実践することで、地域へ貢献するとともに、社会性と実践力を身につけていくことをめざす。また、参加者の方と関わることで、挨拶、言葉遣い、礼儀などのマナーを学んだり、コミュニケーション力を学ぶ良い機会となった。

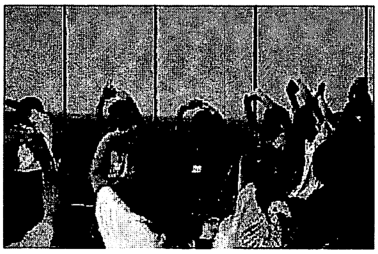
１学期は、運営の準備（チラシ作り、申込書、名札などの作成）、参加者の募集、講座のテキスト編集などを行い、２学期から「パソコン教室」の運営（全８回）をスタートさせた。

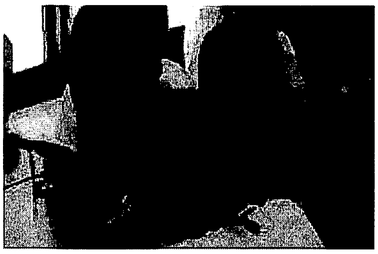
また、地域にある福祉施設からの依頼で、施設職員対象にパワーポイントの研修会を２回実施した。



「くらそうサロン」

「くらそうサロン」は、地域の公民館を拠点にして、地域の高齢者と継続的にレクリエーション活動を通して楽しい時間を過ごす。人とふれあい、チャレンジすること、やりがい感や役立ち感・達成感などを体験する。また、会話力や言葉遣い、挨拶、礼儀、マナーなどの基本的生活態度や、コミュニケーション力や対人関係能力なども学ぶ。4月から5月は企画と準備、6月から12月まで、月2回のペースで全11回の「サロン」を運営した。他学科にも呼びかけ、生活デザイン科の生徒12名も加わり、総勢22名で、学科の枠を超えて取り組んだ。





Ⅲ　学習の成果と課題

それぞれのテーマ学習を通して、生徒たちはいろいろな経験を重ね、少しずつ成長していった。地域の人と継続的に関わることで多くのことを学んでいった。人間的にも成長していく姿を見ることが出来た。相手の立場に立って行動したり、相手を思いやる言葉掛けや態度、笑みを絶やさず相手にわかりやすく話すこと、相手の話を聴く姿勢、意欲的な姿勢、優しい心遣いなども身に付けていった。

生徒たちは、地域の方とふれあうことで、人間的なつながりを持って支えあって生きることを学んでいった。参加者から自分たちが認められ、受け入れられたことは、生徒にとって大きな喜びとなった。また、自分たちが誰かの役に立っているということを実感するとともに、やりがいを感じることにもなった。表情にも自信が見られた。

人との関わり合いにおいて、コミュニケーション能力や責任感を身につけていくことが出来る。その意味からも、地域や人との交流を積極的に取り入れ、その中で多くの人と関わりながら、自ら感じ、気づき、考える体験学習を実践していくことは、生徒の「人間力」を高めることになった。また、体験を通して、自分から学習や生活に意欲的に取り組む姿が見られるようになり、生徒の「学習力」を高めるきっかけにもなった。

今後も、質的なレベルアップを図りながら、この取り組みを継続して実施していきたい。

Ⅳ　おわりに

商業学科では「専門力＋人間力アップ」を目標に教育活動に取り組んでいる。社会で求められる人材の育成をめざして、専門的な知識や資格を持つと同時に、挨拶が出来る、笑顔で話ができる、人の話が聴ける、意欲的に行動できる、相手を思いやる心を持つなど、人間性を身につけた生徒を育てていきたい。

来年度からは、新たな取り組みとして、1年生で「インターンシップ」を実施。2年生では学校設定科目として「コミュニケーション演習」と「ビジネス実習」を導入する。

私たち商業学科の職員は、「二兎を追う者は一兎も得ず。だが、二兎を追わなければ二兎は得られない。二兎を追う者のみが二兎を得る」という合言葉のもと、今後もビジネス教育に取り組んでいきたい。

校が取り組んだことは以下のとおりである。

(2) 山口県各高校の取り組み

山口県各高校における起業家教育に関係した取り組みは以下のとおりである。

①山口県立岩国商業高等学校

地元和菓子屋と連携し新商品企画、開発、販売、パッケージ、宣伝能力の育成

岩国祭りへのアンテナショップの出店

②山口県立柳井商工高等学校

地元製麺企業と連携し新商品企画、開発、販売、パッケージ、知的財産権教育

甘露しょうゆ入り柳井米ラーメン、みかんこめん開発

③山口県立徳山商工高等学校

地元商店街等にビジネスプランを提示、商品開発、店舗設計、Ｗｅｂページ作成

文化祭における出店協力、地元商店情報を掲載したフリーペーパー作成

④桜ヶ丘高等学校

地元特産品(和梨)のコンフィチュール、ラッピングによる商品包装と演出技術

高齢者との注連縄作り、和紙すき、和風リース作り

⑤山口県立防府商業高等学校

アーケードの空き店舗を使った模擬店舗による販売活動

オリジナル商品の開発・販売・知的財産権学習

観光振興を通した経営戦略スキルの育成

⑥山口県立宇部商業高等学校

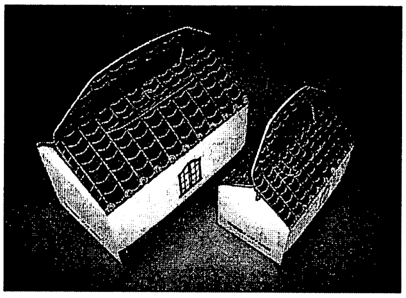
小野茶を用いた商品開発、地域産業と連携しアロマテラピーの学習

宇部商デパートのオリジナルグッズの製作

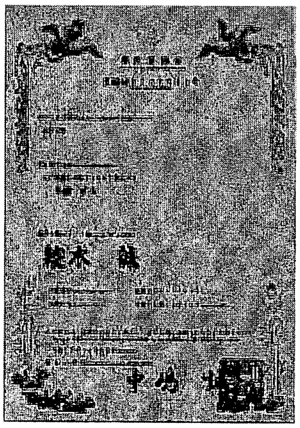
⑦下関商業高等学校

チャレンジショップ（模擬株式会社の設立・投資家説明会・資金調達・仕入・出店・販売・株主総会・決算報告・解散までの諸活動を学習)、商品開発

下関商業「投資家説明会」



柳井商工取得意匠権「白壁セット」



意匠登録証

4．起業家教育のための新しい取り組み

山口県立萩商工（萩商業）高等学校では山口県商業教育協会第５分科会の中心校として「課題研究」の起業研究班にて取り組んでいる内容は次のとおりである。

(1)　平成19年度　「地域との連携による地元第三次産業従事者に必要とされる資質の養成」

①ね ら い…経済環境の変化を知り、起業家精神を育成
地元スーパーの経営主眼を探る
自らイベントを企画・運営し、経営者にとって必要な資質を知る
地産地消学習やイベント立案を通し、地域経済活性化を担う地元産業重要性学習

②実践内容…日本経済および産業構造の変化について学ぶ
戦後の日本経済変革期における代表的企業の創業例を学ぶ
アトラス萩店店長による講義とイベントや会議の見学
アトラス萩店でのイベントを企画・運営（企画書・新聞折込広告作成、ビジネスマナー、レジ操作講習等）

③成　　果…イベントの企画・運営を通して事業者としての心構え、礼儀作法等を習得
自己表現力、協調性、コミュニケーション能力の養成
起業家精神の必要性の認識

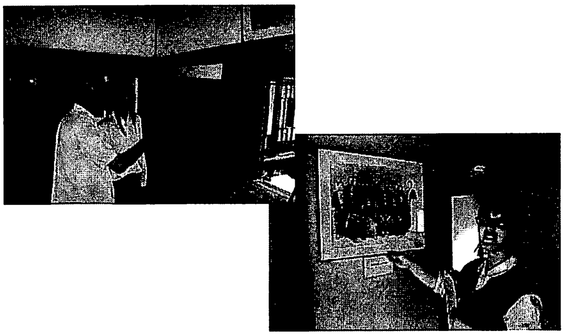
④課　　題…生徒自身が主体となって活動できる場を増やす工夫

(2)　平成20年度　「観光地におけるまちづくりと起業戦略」

①ね ら い…地域の観光資源の理解と愛着心の涵養
地域活性化のための課題発見と解決策の検討
観光地におけるマーケティング

②実践内容…観光ガイドのジョブシャドウによる資源知識と接遇・礼法の習得
新しい観光ルートの設定と観光ガイドの実践
歴史景観の復興作業にあわせた商店街のリストラクチャリング

〈アトラス萩店長講義〉



〈観光ガイド学習〉

Ⅲ　おわりに

山口県高等学校商業教育協会研究調査委員会第５分科会では「起業家教育」の研究に取り組み３年目になる。今後の方向性は「実践的経験」と、「コミュニケーション能力」を重視、かつ「ビジネスマナーを活かした大人との対話・交渉」をねらいとし、「実践的コミュニケーション能力の育成」を図りたい。また指導する側の姿勢として、高校時代に完成するものではない、喜び・誇り・楽しみを感じさせる、気づかされる活動を通じて絶えず学び、成長していくものだと捉えていきたい。

起業家育成の教育とは①「課題発見能力」と②「自己解決能力」を育成し、「生きる力」「人間力」につながるものであり、Business教育全般の根底をなすものである。

総合実践における学習プログラムとフィードバック
―「総合実践要項」編集と伝票会計システム作成を通して考えたこと ―

滋賀県立日野高等学校 教諭　冨 田 雅 一

Ⅰ　八幡商業高校の概要（省略）

Ⅱ　総合実践のあらまし

八幡商業高校商業科の「総合実践」（3年生、通年3単位）は典型的な模擬取引実践だ。商事会社は同市場の物産会社から商品を仕入れ、相手市場の商事会社に販売する。このとき、卸売価格を100％の基準とすると、商事会社は15～20％の値入れをする。相手市場の商事会社は、さらにその商品を135％の価格で物産会社に売り渡す。つまり、自分の仕入価格と相手の販売価格の差の35％の利幅を、両市場の商事会社は、価格交渉を通して分け合う仕組みだ。この模擬取引によって、次の内容を学習する。

①取引に先立ち販売取引計画書・仕入取引計画書を作成し、取引内容・条件の確認、利益計画を行う。
②取引文書は手書き、カーボンによる物的複写によって正副とも同じ文書を作成する。
③授業1時間で実践暦3日を進め、毎月末に月末整理を実施する。
④例年、4、5、6月の3か月間の取引の後に決算をむかえる。
⑤4月を同時同業、5、6月を自由取引とし、自由取引では一取引は手形払いをさせる。
⑥平成20年度は、（従来の物産会社だけでなく、）商事会社も期首商品を保有する。

Ⅲ　「総合実践要項」の編集

1．生徒の学習活動と教材とのギャップを埋める

かつて、私は、生徒が持ってくる書類の検印に困っていた。一体、書類のどこを、どの資料で確認すればよいのか、まったく要領を得なかった。その後、市場全体にマイクで指示する係を担当したとき、取引や手続きを説明するために、書式の記入例をいくつか作成した。記入例の作成は、生徒が実際どのようにして書式を作成しているのかということに目を向けるきっかけになった。生徒の様子を見ていると、次のようなことが指摘できる。

(1)自分の担当（商事会社）以外のページを読むことが少ない。

特に、従前の要項では、説明が機関ごとに編集されていたので、取引上の重要なルールがあちこちのページに分散して書かれていた。例えば、手数料や割引率は銀行のところ、消耗品価格は管理部のところという具合だ。自分でノートを作ったり、付箋を張ったりする生徒もいたが、それでも全体的には、担当以外のページに目を通すことは少なかった。

(2)文書作成に時間がかかり、そのために取引が停滞することもあった。

売って利益を得るという取引の面白さを感じることのできない会社が出来てしまうこともあった。

(3)商法など規則改正による会計処理や勘定科目の変更

例えば、手形の割引では、「割引料」を「手形売却損」に変更することなどである。

さて、授業の進度を生徒の作業に合わせていると、授業は遅れがちになってしまう。そこで、取引の

要件を整理し、市場への指示の順番や処理の関連を検討した。学習プログラムとは、教材を生徒に提示する順番とその計画のことである。総合実践は「生徒が動く授業」だが、目標に到達するための筋道を教師が緻密に組み立てなければ、取引についての正確な理解、適正な会計処理、効率のよい事務処理など、期待する結果は得られない。

では、どのようにしてプログラムを提示するか。そのために、教材としての「総合実践要項」に着目した。要項とは、本来、模擬取引の約束事をまとめたものだが、これに書式記入例を授業展開順に挿入し、記入例をたどれば、取引の流れがわかるようなハンドブックを作ろうと考えた。また、総合実践は複数の教員で担当するteam teachingだ。ふだんの授業前にはミーティングを開き、進度や指導内容を確認している。要項の編集についても、まず原案の原稿を作成し、それを回覧して担当教員の意見を集約した。翌年度の授業に間に合わせるため、編集に取り掛かったのは2004年2月のことであった。

2.「要項」編集方針

(1)取引（授業展開）の順番に見開きに配置する。

例えば、火災保険の加入契約では、小切手と出金伝票を、物産会社からの仕入取引（現金払い）では、注文書、仕入伝票および出金伝票を、売買契約の締結では、見積依頼書、見積書、注文書、注文請書を見開きにレイアウトした。全体を通して、この方針で編集している。こうして見開きのページに載せてある書式をすべて机の上に並べれば、必要な書式がそろい、商品名、単価、数量、金額、取引先などが一目瞭然と確認できる。これにより、自分の会社が取引のどの段階にあるのか、さらには、取引相手の会社はどんな手続きをしているのかを推定し、取引の流れを生徒が理解することを意図した。

(2)書式の実務的機能と手続きの系統性を確認する。

複数の処理方法が考えられる場合には、書式の実務的機能と手続きの系統性を確認し、教員の見解を統一しておく必要がある。

①起票№について、

伝票ごとの連番（取引担当者管理）とするか、会社全体での連番（経理係（社長）管理）とするか。5伝票制により記帳している。誰が仕訳帳を管理するかによって、起票№を伝票ごとの連番とするか、会社全体での連番とするかが、かわってくる。八幡商業では、会社全体での連番としている。仕訳帳は経理係が綴じているので、それを参照すれば後続の番号がわかる。仕入係も販売係も起票する段階で必ず経理係とコミュニケーションをとる。一方、日野高校では、起票№は、取引担当者の連番としている。各係は自分の起票した伝票の仕訳帳のページを綴じているので、自分の管理するファイルをみて起票№を入れる。売掛金回収の入金伝票は販売係が、買掛金支払の出金伝票は仕入係がそれぞれ起票するので、経理係が起票する伝票は諸経費支払の出金伝票だけだが、経理係は当座預金出納帳を管理しているので、会社全体の資金繰りを掌握できる。また、小切手振出は社長権限とし、責任分担を明確にしている。

②起票者サイン、係印、社長印の押印の順番について、

起票者→教員検印→係(合議)→社長(承認)か、起票者→社長(決裁)→教員検印→係(整理)か。
伝票が1枚限りの「仕訳伝票」であれば、押印欄は右から順に埋めていくのが原則だから、起票者が起票のサイン、係印は合議、社長印は決裁の意味で押印し、教員の検印を受ける。しかし、5伝票制は分票するため、起票者は起票後すぐに教員の検印を受けることになる。これに対して、八幡商業も日野高校も、起票者は社長決裁を得て、教員の検印を受けることにしている。したがって、教員が検印を押すときに、伝票の押印欄は、右端に起票者サイン、左端に社長印があり、中央の係印欄は空欄の状態となっている。そして、検印後に、担当者が累計・残高・整理№を入れ、係印を押し、ファイリングする。

いずれの方法でも構わないというあいまいな指示を与えてしまうと、かえっていい加減になってしまう。たとえ便宜的な方法でも、それを生徒に指示するのであれば、教員の見解を斉一にしておくことが、組織的に指導するときには重要である。

(3)取引チェック表により、生徒が教員の検印を受ける時機と提出書式を明示する。

生徒は一つの書類を作成すると、それだけを持って検印を受けに来ることが多い。しかし、それでは検印を押す教員の方も確認することができない。日常取引については、販売取引計画表・仕入取引計画表と、取引先から送付された書類をいっしょに持って来させている。これら取引計画表は、取引文書や商品の発送などの日付を記入するようになっていた。

昨年度、決算と後片づけについて、提出書類等を確認できる形式のチェック表を作成し試行的に導入した。これを拡張して、今年度の要項を編集するときに、販売取引計画表と仕入取引計画表について、検印を受けるときに必要な提出書類をリストアップし、進捗状況を確認できる形式に改編した。また、開始業務や月末整理についても、今年度から導入予定である。こうして、利益計画、提出書類、進捗状況などの学習内容を整理し、手続きの順番や系統性を明確にすることによって、生徒が取引を自己管理できるようにすること、さらには仕事の先読みができることが最終の目標である。

Ⅳ 「伝票会計システム」の開発

1.「合わない」会社

例年、通年の授業が終わり、3年生の自宅学習の時期になると、決算の「合わない」会社を呼び出して残業をさせている。「合わない」会社は、特に次の2点が出来ていない。

①累計・残高の計算と整理№の記入。

②会計帳簿（＝①によって整理された伝票）に基づいた月末書類の作成

作成する月末書類は、得意先別売掛債権状況一覧表（売掛金明細表）、仕入先別買掛債務状況一覧表（買掛金明細表）、月計元帳（仕訳月計表）である。これらの表の構造は、次のとおりである。

a本月計　＋　b前月累計　＝　c総累計

しかし、本月計は伝票に集計されないので、実務上、伝票に書いてある金額だけから作成する手順は、

c総累計　－　b前月累計　＝　a本月計

つまり、総累計（今月の一番最後の伝票の累計）から前月累計（前月の一番最後の日付の伝票の累計）を引いた差額が本月計であるという考え方による。そして、今月計の貸借合計が一致していれば、帳簿整理が正しいことが確認できる。したがって、伝票に計算・記録された金額に基づいて月末書類を作成すればよいのであるが、提出に追われる会社のなかには、手順を無視して月末書類だけを作成する会社もある。取引数が少ないと当月分の伝票だけを直接集計しても作表できるが、それでは記帳が正しいかどうかの確認にはならない。表の中だけでツジツマを合わそうとすると、かえって間違いの原因を発見できず、いつまでも「合わない」会社のままになってしまう。

2．システム開発のヒント

伝票整理でよくあるミスは次のようなものである。

①5月取引について、4月累計を足さないで、累計をふたたび0からはじめている場合

②売掛金に貸方残高や買掛金に借方残高が生じた場合

これらの場合、むしろ残高が合わないことにより、売上伝票や仕入伝票が抜けていたり、支払金額の間違いを見つけ出す手掛かりとなる。なお、売掛金の貸方残高とは前受金、買掛金の借方残高とは前払金のことと理解すれば、矛盾はしないが、それが取引事実を反映していないのであれば意味がない。

複式簿記の原理をしっかり理解していれば、一つ一つの取引が、月末書類にどのように反映するかを

推測できるのだが、問題は、どうすれば、そのしくみを頭の中にイメージさせることができるかである。そのためには、「生徒が学習しつつあるその最中に、機械が生徒にその場で訂正してやること、つまりフィードバックができるということ」（ブルーナー「教育の過程」（岩波書店）P108）が有効な方法である。こうして、起票した取引が月末書類にどのように反映するかを、即時に生徒が確認できるようなシステムを作成しようと考えたのである。

総合実践の授業では、それまでLotus123によるマクロ・システムで会計帳簿をバック・アップしていた。しかし、アプリケーション・ソフト自体が古くなったこと、また、他の授業でも総合実践室の端末を利用するので、ドライブやプリンタの設定が変更され、それが原因でエラーが発生したことなどもシステム開発の背景にあった。2006年2月にエクセルVBAによる新システム開発に着手し、新年度、同時同業の終わった7月頃から授業に導入した。要項編集から2年後のことである。

3．先行システム（Lotus123によるマクロ）作成の先生からのアドバイス

(1)入力画面でのフィルタリングをしっかりかけること

ワークシートに直接入力させるシステムでは想定外のデータが入力される。

(2)開発者がメンテナンスし易いシステムをつくること

実際に授業に導入したところ、開発段階では気づかなかったエラーのために、授業を中断せざるを得ないこともあった。その後、デバッグが進み、エラー発生は、入力データに原因があり、入力できないような起票は不完全か、間違いであるという理解が、教員にも生徒にも共通して得られた。こうして、システムに対する信頼を得ることができ、生徒にフィードバックできたといえる。

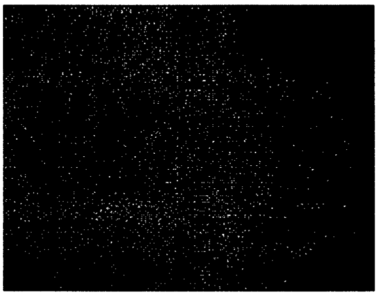
V　「むすび」に代えて―― 教材作成のよりどころとしたブルーナーの言葉

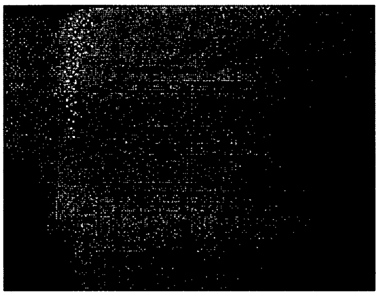
総合実践において、生徒の学習段階として、月末整理の「合わない」会社は出来てしまう。それに対して、私がやってきた取り組みは、一言でいえば、「答え」を用意することだった。明確な答えを示せば、生徒は、それによって自分の間違いを訂正し、本来の答えを発見するものと考えていた。しかし、あらためて考えると、この考え方には、生徒の動機づけについての実際的な配慮が欠けているように思える。

例えば、実践システムを修正して、仕訳帳を3分割する日野高校の授業ルールに適合させることは可能である。（実際に、仕訳帳を起票者ごとに抽出するプログラムを分科会で実行した。）けれども、今はあえてそうはしていない。なぜなら、答えを与えることによって、それを生徒が安直に受け止め、自分が起票した帳簿に向き合う使命感を損なうことになりはしないかと考えるからである。

最後に、要項編集やシステム開発の際によりどころとした、ブルーナーの言葉を紹介し、この報告のむすびとする。一つは、「教師こそは、ある一つの教科をどのように提示し、どのような補助教具を使用するかをきめる、唯一で、最終の決定者でなければならない」（前掲書P19～20）。つまり、生徒の実情をよく観察して、目的をもって決定することが重要だと考える。もう一つは、「教師はただの伝達者であるばかりでなく模範でもある。…（略）…あえて過ちをおかそうとしないようでは、教師は大胆さの頼もしい模範にはなれない。教師が不確実な仮説に危険をかけようとしないならば、どうして生徒がそれをしようとするだろうか。」（前掲書P116～117）ということである。要項編集やシステム開発は、もともとは総合実践の授業における「不確実な仮説」だった。授業の準備とは、このような仮説を立てるプロセスであり、それを確かめるのが実際の授業であると思う。

†本稿は報告者が滋賀県立八幡商業高等学校在勤中（1997～2007）の授業についてのものである。
なお、「総合実践要項」および「伝票会計システム」については、発表資料を参照されたい。





〈課題研究ノート・手引きの学習日誌と押印簿〉

○１学期末に作成する「課題研究計画書」の内容についての評価は、１学期における重要項目になる。
○テーマについて充分でない場合は、添削指導を実施する。

〈２学期における観点別評価規準と評価についての考え方〉２学期の評価は、生徒の自発的・創造的な学習計画を実施していくことになるが、１学期の評価と異なり、主に技能・表現や思考・判断について重み付けを行い評価することになる。留意しなければならないことは、１）調査研究実験分野、２）作品制作分野、３）職業資格の取得分野について同一の方法による評価を行うことである。

〈評価割合と評価換算〉１学期と同様に各評価についてＡ・Ｂ・Ｃで評価。換算に重み付けを行う。

(3) 今後の課題と改善

厳選した内容の評価項目を設定し、これに重み付けを行い評価換算してみると、従来の方法（課題研究において欠席や提出物のみで評価した場合）と比較し、成績のバラツキが解消され平均点と最低点が上昇することに気づく。根本的にその評価の観点に違いがあるため、比較することは見当外れの観があるが、評価の観点を見直すことで、授業の在り方・進め方・伸長させる能力に違いが現れ、結果として新しい能力を伸長させることが可能になる。新しい能力を「生きる力」として理解すれば、まさに「技能・表現」や「思考・判断」の能力の伸長こそが、「生きる力」の向上に繋がるのではないか。商業教育における全ての科目から得た知識を活用し、創造性豊かな授業を展開するという、「課題研究」の学習指導要領上の目的を考えれば、大いに「思考・判断」能力の向上を意識した授業展開を行うことが必要であると考えられる。

Ⅳ　生徒商研に関する効果的なプレゼンテーションの活用事例

１．これまでの指導

本校における生徒商業研究大会との関わりは県内の他校と同様に第１回県大会からの歴史となる。課題研究における調査研究分野の生徒が主に参加し、この上ない達成感を味わって卒業を迎えると同時に担当となった教員も生徒たちの感性や分析力・行動力に感嘆し、その成果とともに貴重な経験をさせてもらっている。

昨年度までは県大会が1月に開催されていたために、３年生の課題研究がスタートする年度初めの４月に該当の生徒たちが何回も協議を重ね、当該年度のテーマが設定されていた。

この10年に関しては、校内で先輩の発表を見ているため継続性をふまえた“ある枠組み”をベースとしたテーマの設定を生徒たちが自主的に設定している。“ある枠組み”は、近年学校を取り巻く環境の中で欠くことのできないものであり、我々教員も意識し、研究テーマの根底に流れていて欲しい“地域とのつながり”・“地域連携”・“地域貢献”・“地域の発展”・“地域の特産”などの“地域”に関係するものである。

本年１月の中央教育審議会答申における「学習指導要領改訂の基本的な考え方」の豊かな心や健やかな体の育成のための指導の充実や「教育内容に関する主な改善事項」の社会の変化への対応の観点から教科等を横断して改善すべき事項にもあるように、地域との関わりは大切で、さらに自分たちの研究のために多くの機会を有することは一層自己を見つめ、その後の学校生活等に大きな財産となっている。

以下過去のテーマ及びその内容について順に示す。

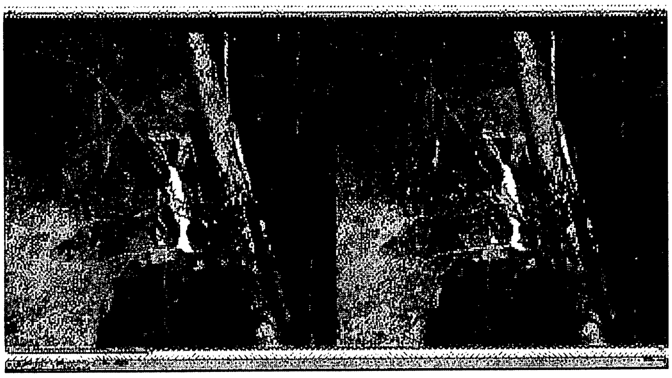
	タイトル	エリア	ポイント	コンテンツ	分類
1	町勢	町	分析	調査研究	−−
2	商品開発	町	特色づくり	商品開発	H
3	集客	町	特色づくり	施設出店提案	H
4	箱入りおとめ全国そして世界へ	町・地域・県	一層の拡大	商品開発・実践・提案・商標登録	H
5	売れない商品を売る	町・地域	特色づくり	モニタリング・提案	S
6	Before and After	町・地域	特色づくり	モニタリング・提案	S
7	ユビキタス時代のプレゼンテーション	町・地域・県	特色づくり	モニタリング・提案	S
8	地域からのおくりもの	町・地域		開発・伝達・権利	S→H
9	Precious	町・地域		開発・伝達・権利	S→H

2．プレゼンテーションの多様化

(1) 3Dによるプレゼンテーション

テーマパークで渡されるメガネの既製品を購入し，レンズの部分を取り外した。立体めがねは，左目が左下がり，右目が右下がりの偏光になっていた。左側の映像のプロジェクターの光に左下がりの偏光フィルターを通し，右側の映像のプロジェクターの光に右下がりの偏光フィルターを通せば，同じスクリーンに投影しても，立体めがねでそれぞれの目の映像を見ることが可能になるものであった。立体映像の代替機材は2台の家庭用ビデオカメラ、動画編集（パソコンで編集)、DVDプレーヤー（パソコンで再生)、立体プロジェクター（2台のプロジェクター＋偏光フィルター［DLP方式のプロジェクター使用])、立体スクリーン（シルバースクリーン）［模造紙にシルバースプレーで可。]、立体めがね(自作めがねフレームと偏光フィルター)［サイズの大きな偏光フィルターを購入し切って使用（自作)。]

(2) 画面活用の実例



3Dのためには、左右2つの動画を2台のプロジェクターにまったく同時に再生することが必要であった。そこで、左右2つの動画を横に合体し、1つの横長の動画ファイルにしてみた。これで左右が時間的にずれてしまうことも絶対ない。学校のパソコンにディスプレイ出力が2系統あるビデオカードを増設。ビデオカードのドライバの設定で希望するビッグデスクトップにすることができた。そして、ビデオカードのDVD再生支援機能を利用せず、ビデオカードのアクセラレータを無効にすると、2画面とも動画が表示できた。

3．今後の課題

物理的・時間的・経済的な制約が多くなる中「課題研究」の狙いをもとに生徒により実践的なビジネスを経験させるためには、校外の空気を吸う機会を多く用意する必要があり、校内・外の往復が上昇スパイラルとなるよう地域とスクラムを組み教員や学校が橋渡しとなるよう今後も取組んでいきたい。

V　おわりに

現在の「ビジネス教育」は、“人を創る教育の源”と考えられ、課題研究においては一層「生きる力」の要素となる言語能力や思考・判断となる“考える力”を最大限に伸長できる科目と考えられる。

本校では、その実践として校内外の特別指導や体験的活動・特色ある行事を通し、生徒に対して“自信を持つ・持たせる”ことにより、教育の第一歩を踏み出せると考え第一に実践している。高等学校教育を取り巻く環境が大きく変化する中で今後もこの思いを継承し、実践していきたいと考えている。

質疑応答および講評（要旨）

玉木・永田教諭に対する質問と回答

（質） 総合選択制で他学科の授業を選択できるとあるが、他学科でどの程度の科目を選択可能になるのか。また、1クラスに対して3つの形をつくるとして、専科の教員体制が何名でつくられているか。

（北海道　紋別　大坂教諭）

（答） 選択科目群の中で他学科のものを選択できるのは、最大6単位であり、2年生で2単位、3年生で4単位である。しかしながら、そのそれぞれの専門科の選択をとることが多く、他学科のことを学ぶ生徒はごく少数になっている。

次に、現在は2、3年生が2クラス、1年生が1クラスであり、教員は非常勤も入れて11名である。クラス減が、1年生から3年生まで1クラスになったときには5名程度になると予想される。

（質） チャレンジショップ「くらそうや」は土日実施に伴い、登校日としているのか、代休日はとっているのか。登校日とした場合、どのように授業カウントをしているか、くらそうやのユニホーム作務衣はどのような財源で購入をしたのか。また、2年生の14日間のインターンシップはどのように授業カウントを行う予定か。また、1年生の3日間のインターンシップも、どのように授業カウントを行う予定か。

（北海道　釧路商業　小笠原教諭）

（答） くらそうやは土、日に生徒がシフトを組んで行っている。代休等は何もない。ユニホームは校内の予算で、地域と連携した取り組みという事業の中で予算が組んである。

次に、14日間のインターンシップは、学校設定科目「ビジネス実習」の授業としてカウントする。1年生の3日間のインターンシップは、「ビジネス基礎」の授業に入れるようにしている。

笹田教諭に対する質問と回答

（質） ジョブシャドウに参加した生徒の人数と期間を教えていただきたい。また、ジョブシャドウに参加した生徒の感想や、成長の様子を聞かせていただきたい。

（北海道 留萌千望 難波教諭）

（答） 今年度、ジョブシャドウはスーパーの店長と観光ガイドの2種類があり、スーパーの店長は8人の生徒で行った。期間は課題研究の週2時間の授業を使っており、8回ジョブシャドウといえる行動をとった。観光ガイドは夏休みに、12名の生徒が参加し、1週間ずつ交替で行った。ジョブシャドウに参加した感想としては、スーパーのジョブシャドウを行った生徒は、実際の取り組みが自分の想像していたものと違う、例えば、商品の仕入れは電話1本でできるものかと思ったら、書類が必要だ、その書類は事細かに、上司を通さないとできないとか、自分の想像とのギャップに驚いたという感想であった。成長の様子としては、ジョブシャドウ通して大人と接したため、教員と話をするときに、例えば、友だち言葉とか、そういった言葉をつい出してしまうのが少ないのかなと感じた。

（質） 起業家精神を学ぶことは重要と考えるが、反面、実際に起業した場合、その成功率、10年生存率は1000分の3と言われている現状。失敗した場合、自己破産等のリスク及び、起業の厳しさをどのように指導しているか。

（岩手 盛岡商業 馬上教諭）

（答） 私もこの起業のリスクについては、なかなか指導が難しいなと思っている。実際にそのリスクを考えずに、すき間産業ではないが、どんどん起業をしたらいいよとはなかなか言えない状況であり、その失敗した場合のリスクについての指導も、何か特別なことはしていない。気をつけることとしては、起業家というのは、必ずしも、会社を立ち上げるということだけでなく、そういう精神を持った人が会社の中におると、変化していく社会の中に対応していけるということで説明をしている。実際のところ、個別に起業した場合のことまでは、触れていない状況である。

冨田教諭に対する質問と回答

（質）商業科での総合実践の学習プログラムについてご紹介をしていただいた。また、情報処理科や国際経済科の総合実践でも、同様の授業を行っているか。もし、異なるのであれば、どのような授業展開を行っているのか。 **（北海道 木古内 畠山教諭）**

（答）八幡商業はもう転勤したので、あくまで私がいたときの話ということでお答えする。情報処理科は、弥生会計を使い、そのシステムを用いた模擬取引をしていたと思う。国際経済科の総合実践は経済、人文、国際の3分野の演習になっており、したがって、模擬取引のような形式ではない。経済分野の中で販売実習等をしていたように記憶している。

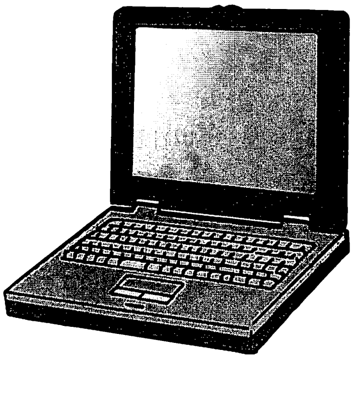
添田・宇佐美教諭に対する質問と回答

（質）生徒商研の取り組みに力を入れているということであるが、どのような体制でだれがリードして研究を行っているのか。 **（沖縄 浦添商業 近藤教諭）**

（答）生徒商研は、基本ベースは生徒と担当の教員がディスカッションをする。あくまで、私たちがアイデアを出すのは簡単なことであるが、それでは意味はない。ただ、かなりの部分でアドバイスはするが、根底になるのは、まず、できることは考えるな、無理なことを考えろ。今現在、絶対できないと思うことを幾つか考えさせている。そのテーマが出てきたときに、先生ならばこうやって解決するぞというふうなアイデアをもとにしながら、そのときの社会情勢であったり、地域との連携の状況とかを考慮する。あとは、前年度の状況があり、なるべく二番煎じをしたくなく、新しい発想のものでやっていきたいので、多くの先生と多くの生徒の中でディスカッションする。

（質）観点別評価における生徒の自己評価や、総合評価の取り扱いについて教えていただきたい。 **（北海道 釧路商業 小笠原教諭）**

（答）観点別評価を導入するということは、先ほどもグラフで示したが、数多くの観点を入れてしまうと、とにかくその観点の中で点数をとっていく、この観点でも点数をとる、これも点数をとるということで、多ければ多いほど平均点は上がり、上の点は頭打ちになる。そのため、適切な観点の量というのは今、研究中である。生徒の自己評価については、あくまで教師側が全体を見た上で総合評価するという建前があると思うので、生徒の自己評価については参考程度にしている。なぜ、参考程度かというと、実はその先の目的があり、私たちがつけた評価と生徒のつけた評価、これを一致させたい。そのためにあえて、生徒の自己評価がある。生徒と私たちの評価が一致するということは、生徒は自分自身今日1日どうだったかということを理解できているわけであり、自分を知るという意味でもあり、その確認の意味でもつけている。まだ、研究中、研究中と言うのは簡単な言い逃れであるが、ここのところはもうあと一、二年かけて、頑張って研究していきたい。



津田指導講師の講評

内閣府の人間力戦略研究会は平成15年4月に、人間力の定義を「自立した一人の人間として力強く生きていくための総合的な力」とした。これは、知的能力的要素、社会・対人関係力的要素、自己制御的要素の3つの要素から構成されており、発表資料にもある通り、「生きる力」を発展させた考え方と捉えることができる。

中央教育審議会教育課程部会「審議のまとめ」（平成19年11月）では、新しい学習指導要領を貫く理念として、「生きる力」というキーワードに変化はないことが示された。経済協力開発機構（ＯＥＣＤ）においても、「知識基盤社会」と表現される時代を担う子どもたちに必要な能力を「主要能力（キーコンピテンシー）」と定義しており、これは「生きる力」とほぼ同義と考えられる。

生徒にとって、高等学校でビジネスを学ぶなど、専門性の基礎・基本を身に付けることは非常に大事である。身に付けた専門性をよりどころ、あるいは自分の力（強み）として、実社会に対応することが可能となる。専門性という鎧によって「生きる力」や「人間力」が多少不足していても、そう簡単には転ばない逞しさを育むことができる。専門性は、自信の源であり、自ら考え行動する際の基盤（ベース）ともなると思う。ただし、ビジネスの学習においては、会計なら会計の分野だけでなく、マーケティング分野などの他の分野についても学習を深めさせたい。さらに、確かなコミュニケーションスキルも身に付けさせたい。実社会に通用する起業家精神（アントレプレナーシップ）を養うためには、ビジネスに関する専門性をできるだけ、幅広く深く身に付けることが大切である。

起業家精神の育成は、ビジネス教育に大きな可能性を与えるものであると思う。私ども商業科の教員は、実際的・体験的な学習を軸として、山口県内の各高校の取り組みのように、生徒の創造力をかき立てるよう指導内容を工夫しながら、日々の教育活動を進める必要があると考える。

発表校の進めるビジネス教育は、学科目標、指導方針に基づいた指導方法が分かり易く適切である。各種検定においては、１学年で到達可能な目標として学校独自の表彰規定を設け、生徒の「やる気」を引き出し、達成感を味わわせるとともに「自信」を持たせようとしている。ビジネスマナーやコミュニケーション能力の育成については、学年ごとにステップアップしながら指導の深化を図っている。学校全体での組織的で計画的な支援があることが伺われる。ある大学では学校の廊下やエレベーターの中などに多くの全身を写すことのできる鏡を設置している。自分を美しくする、身だしなみを整えるなどの「おしゃれ感覚」を育てる、また、自分の「立ち居振る舞い」を確認させ、外見や外見を通した心の状態が他人とコミュニケーションできる状態かを自己点検させるために役立てている。人との対応は言葉だけではなく態度や表情など、からだ全体で行う必要があると思う。

課題研究の評価のあり方については、各研究グループによってテーマや取り組みに違いがあり、公平、公正な評価を行うための基準づくりは生徒の意欲を引き出すためにも必要である。課題研究の観点別評価については、発表校独自の工夫が施されている。まず、シラバスによって生徒に評価の観点を分かり易く説明している。４つの観点について具体的な項目を示して整理し、垂直的な観点別評価に組み直し、生徒の自己評価も取り入れている。客観的でバランスの良い評価を可能にしている。

「課題研究」における生徒商研への近年の研究の経過については、地域とのかかわりが研究の基盤とされ、年ごとのたゆむことのない努力によって研究の質が深まっていく様子がよく理解できる。また、プレゼンテーションにおける立体映像（３Ｄ）に関する技術面での工夫については、１台のパソコンによる２画面活用の技法についての試行錯誤の様子が示されており、貴重な資料となっている。

発表校では、ビジネス教育の集大成を科目「課題研究」に置き、３年間の学習を周到な計画のもとで進めている。各学校での実践に刺激を与え、役立つ要素の多い発表である。

新井田指導講師の講評（要旨）

鳥取県立倉吉総合産業高等学校から、「めざせ人間力アップ、地域と連携した課題研究の取り組み」について発表をいただいた。今社会情勢が目まぐるしく変化の激しい社会にあって、また生徒の多様化が進む中で、各学校では創意工夫をこらした教育課程を編成し特色ある学校づくりに取り組んでいる。倉吉総合産業高等学校の商業科では、「社会で活躍できる商業人の育成」を目標に取り組んできたが、変化の激しい社会にあって企業で求められている職業教育は何なのかを把握するために企業にアンケート調査を実施し、まず企業の実態を把握した上で生徒をどう教育していくのかを先生方が十分に時間をかけ研究し、3年間で育てたい生徒像を「人づくり」とし具体的な取り組みとしてビジネスに関する専門力と人間力を兼ね備えた生徒の育成を目指し、それぞれの講座の学習目標を定め授業を展開している。先生方の指導の成果も出て年々指導目標がレベルアップしており先生方、生徒が学びを通じて大変すばらしい授業を展開している。生徒の授業に対する感想から、コミュニケーション能力、チャレンジ精神、責任感、協調性、相手を思いやる心が身に付いたなど生徒一人一人が課題を解決していこうとする姿勢が伺えた。また、学校外での活動は異世代の人との交流が主になるので色々な面から人間性を高めるためには有効な取り組みであり、課題研究の目標も達成され、職業感・勤労観等が十分に身に付き、商業に関する専門的な知識も培われ総合的な人間力も身についていると強く感じた。商業教育では地域との連携を深めた教育活動を通してコミュニケーション能力を高め、職業観や勤労感を育む指導は欠かせないものになっている。発表では、ビジネスに関する専門力と人間性を兼ね備えた生徒の育成を目指し、課題研究を通じて地域や人との関わりのなかで課題解決能力、創造性、表現力、協調性チャレンジ精神、コミュニケーション力などの力が十分に培われている。生徒の多様化も進む中で、授業を展開する上で色々の問題があるのではないかと思う。今日の商業社会で成功するためには、商業に関する専門的な知識と、変化の激しい社会を生きる人間としての物の見方考え方の両方を兼ね備えたものが必要である。商業教育は「人づくり」教育です。教育の動向を見据えながら地域社会との連携を深めた中で展開をしていくことが益々求められる。本日は、先生方が常日頃から実践されていることを聞き、これらのものを学校に持ち帰り普段の授業の中で更に発展的に活用願いたい。

次に、滋賀県立日野高等学校から、「総合実践における学習プログラムとフィードバック、総合実践要項編集と伝票会計システム作成を通して考えたこと」で発表をいただいた。総合実践は、実践的活動による商業の総合的科目であるとされていることから商業の各科目において習得した知識や技術を実践的な活動を通じて一体的に理解させるとともに総合的に応用できる知識や技術を身につけさせなければならない。しかし授業では模擬取引を行う授業が一般的で、生徒は進度に追われてただ事務処理だけに追われるおそれもあり、科目指導を通じて生徒にどのような力を身につけさせるかをきちんと定めて指導することが大事である。商業に関する専門的な知識と、変化の激しい社会を生きる人間としての物の見方考え方の両方を兼ね備えた生徒の育成や実際的な商取引の学習をする授業形態の創意・工夫も必要である。また情報化が急速に進む社会の中で、インターネット上で商品売買が当たり前の社会になっています。複数の高校が連携してインターネット上に仮想の市場(バーチャルマーケット)を作って地域の特産品の模擬取引をして実践的スキルや知識の習得が期待されるということで実施している学校もある。科目「総合実践」は、原則履修科目として位置づけられていないが商業の総合的科目であるとされていることから、商業の各分野に関する今まで学んできた知識と技術を実践的活動を通して総合的に習得し、ビジネスの現場で活用できるようにビジネスの諸活動を主体的・合理的に行う能力を身につける必要がある。実践要項の作成では誰がみても理解できる内容でなければならない。しかも生徒がみるわけですから生徒の目線で作成する必要がある。常に社会、経済界、地域、生徒などの動向を確認しながら常に新しい情報を生徒に伝えていく必要がある。要項は、生徒にとっては、授業に参加する大事な指針になる。この要項を見させていただきましたが、各係の細かい指示なども記載されており、生徒も仕事の進捗状況も確認ができ各学校で大変参考になったのではないか。今の社会は「知識基盤社会」の時代と言

われている。知識基盤社会は，変化が激しく，常に，新しい未知の課題に試行錯誤しながらも対応することが求められる社会であり、こうした社会を生き抜く資質として，今の生徒たちにとって課題となっている思考力，判断力，表現力を高めることが求められている。本日の発表、意見交換された事を学校に持ち帰り普段の授業の中で更に発展的に活用願いたい。

研究協議報告

テーマ「総合実践の取り扱いと指導法」

○　座長　この研究協議は昨年度より始まったものであり、先生方が3日間話を聞いているということだけでは不十分というご意見等もあり、双方向で何かできないかということスタートしました。今回、総合実践について、本校ではこんなことをやっているよというようなことを今回お集まりの先生方に少しでもお話しいただければと思います。商業科に限らず情報処理科、国際経済科、他の学科等で、新しい取り組み、また変わった取り組み等を行っていれば、その事例をお願いできればと思います。

○　函館商業は現在、国際経済科、情報処理科、流通ビジネス科と3学科、6間口、全校生徒約700名で、平成22年度から新しく4分野の会計ビジネス科という科が新設になって、4学科、5間口という形で再スタートする予定である。総合実践の取り扱いと指導方法は、本校3年生で3単位という形で、全学科、総合実践を行っており、本校の先生が作った独自のシステムを使っている。その中で、情報処理科、流通ビジネス科は、その実践と「弥生会計」を使って処理を進めている。国際経済科については、ＶＢＡを使って、本校の先生が独自で、先ほどの日野高等学校の先生の発表のようなのシステムを使っている。

○　宇都宮商業は情報処理科、商業科7クラスの学校であり、3年生で3単位という形で、総合実践を取り組んでいる。オーソドックスな形の実践で、そこに地元の業者が作ったソフトを使う形で実施している。

○　前橋商業は、3年生2単位で総合実践を行っており、市販されている「スーパー実践くん」というシステムを使っている。来年度から1クラスにおいて学校設定科目として「起業実践」というものを考えており、今年度試行で、起業家教育に向けて、地域活性化、あるいは、知的財産教育を学習している。

○　富山商業も総合実践については、そう変わった取り組みというのはしていない。課題研究とジョイントで、TOMISHOPを11月の中旬に2日間、体育館や中庭で、大々的なデパートを開催している。

○　鳥栖商業の総合実践は、特別な取り組みはしていない。各学科2単位で展開。昨年まではWindows98のマシンでやっていたため、「スーパー実践くん」が、非常によくストップということがあり、なかなか授業が進まないので、ペーパー式の伝票会計などもやっていた。昨年の10月にVISTAのパソコンが入り、「スーパー実践くんの4.0」にバージョンアップして、今はスムーズに展開している。県内の取り組みとしては、総合実践については実務的なものをやってほしいという、地元の企業さんからの要望もあり、市販のソフト、「弥生会計」や「スーパー実践くん」を使っているところが多い。

○　浦添商業は3学科あり、総合ビジネス科、情報処理科、国際観光科がそれぞれの科で今、独自のカリキュラムを作成している。特に、観光科の総合実践は課題研究とタイアップし、企業の方の協力を得ながら、校内カフェ（模擬実習）を行ったり、また、模擬ブライダルという形で、独自のカリキュラムの中で、企業と連携をとりながら、授業を行っている。

○　小樽商業は商業科で3単位、情報処理科で2単位，総合実践を行っている。大きな特徴としては、前半はビジネスマナーの部分を中心に指導し、大体7月、6月末ぐらいから実践の方に入っていくという形で指導をしている。実践は、情報処理センターの方で作ったシステムを使って、バーチャル市場を相手にして取引を行っている。課題としては、知識、技術とその実践の融合ができていないということであり、簿記分野、情報処理分野、流通分野で学んだ知識、技術を、この実践にどのように結

びつけて授業展開をしていくかが問題である。

○　日野高校も前任校の八幡商業も、伝票はすべて手書きであり、発表のときにも少し触れたが、あの薄い紙の下にカーボン紙を敷いて、そして厚い紙に物理的に複写して同じものを作ることは、コピーとは全然、意味が違い，偽造ができない。そして、5伝票制の場合、一番上の伝票にかなりきつく書かないと、最後まで複写できない。ただ、古いやり方にこだわりつつ、一方で新しい手法に生徒がきちんと応用してくれるとよいのだが、その部分が課題が残る。

○　千葉商業は現在、情報システム科はコース制をとっているため、総合実践は実施していない。情報ビジネスコースの3年次学校設定科目「ビジネスシステム」において、「弥生会計」等を使った授業展開をしている。また、前任校での情報処理科の総合実践は、1学期についてはビジネスマナー、その後、同時同業、2学期からはデータベースソフトAccessを使い、1学期に手書きで学習した見積依頼書、注文請書、納品書、物品受領書、請求書、領収書などの流れにしたがって作成していく。生徒は見積依頼書ができると，どんどん応用して作っていくようになり，最終的には統合した販売管理システムが出来上がる。

○　私は教員になって3年で、それ以前勤めていた会社で、8年間経理をしていた時に感じたことを少し話させていただくと、私が入社した際は、伝票がちょうど手書きから、Windows95が爆発的に売れたので、コンピュータ処理、ワープロ的な扱いであるが、コンピュータで作る伝票に変わりつつあり、最終的に私が辞めるときには、もう、摘要を選ぶだけで勝手に仕訳ができてしまうというようにどんどん進化した。手書きで伝票を作っていたときは、間違いがあったときには、その担当者レベルでもわかったことが、現在の勝手に仕訳ができてしまう、ましてや、契約社員だったり、派遣さんが伝票を作る時代になり、そのチェック機能がしっかりしていなければ、間違った仕訳でどんどん進んでしまう、その間違いを早々に気づかなければ、決算が終わってから翌年に、「あ、」しまったということが出てくる可能性が生まれつつあるなというのを感じた。そのとき、チェック機能の確立、または責任者レベルの人が簿記というものをしっかり理解しておく必要がある。総合実践で、手書き伝票はとても負担ではあるが、簿記の仕組みをしっかり理解することが、その生徒が卒業した後、責任者となったときに、商業出身者ならでは気づくような、簿記の仕訳の事故を防ぐことができるのかなと考えている。

○　座長，会計ソフトとして「弥生会計」ということが何校かから出ていたが、「弥生会計」を導入している学校で、今ご指摘のありましたチェック機能、どのように行っているのか、この場で教えていただければありがたい。

○　旭川商業は現在、会計科の総合実践で「弥生会計」を使っている。そのチェック機能については、本校では、仕訳をしないで、直接、コンピュータに入力できるということで、最初そういった形でやっていたが、やはり手書きの原紙伝票というのは必要だろうということで、仕訳確認表というものを1枚作った。

○　函館商業は旭川商業さんと同じような形で、仕訳票を起こして、補助簿をまず、メインで生徒は作り、並行して「弥生会計」のシステムを使い、その「弥生会計」で出力されたものがチェック機能になるのかな？それで、随時我々は検印をするので、その補助簿と「弥生会計」の方で合わなければ、どこかが間違っているということで、そこからさかのぼってミスを見つけていくという形で行っている。

○　座長　はい。あと、ご意見等はございませんでしょうか。

それでは、意見が出ませんので、これをもちまして、第4分科会の研究協議を終了いたします。どうも、協力、ありがとうございました。

以上をもちまして、第4分科会の発表を終了いたします。

4．全体講評

文部科学省　初等中等教育局参事官付　教科調査官　**西　村　修　一**

先生方、3日間にわたります研究協議、大変お疲れさまでした。若干お時間をいただいてお話をさせていただきたいと思いますので、どうぞお聞きいただければと思っております。

昨日、一昨日と全部で20本ほどの研究発表がございました。また、先ほどはリクルート北海道じゃらん編集長のヒロ中田さんのご講演を聞かせていただきました。

研究発表が並行して行われていましたので、すべての研究発表を聞かせていただくことはできませんでしたが、各分科会すべてに、出席をさせていただいておりました。また、残念ながら研究発表を聞くことができなかった発表についても、資料を見させていただきました。どの研究も本当にすばらしいものだと思っております。また、この3日間にわたります研究大会の運営につきましても、本当にスムーズに進めていただいておりました。これは、ひとえに札幌東商業高校の先生方のご尽力のたまものだと思っております。ここまでは本当にとても有意義な大会だったと思っております。

ただ、一昨日もお話しさせていただきましたけれども、この研究大会で見たり聞いたりしたことをそれぞれの学校にお持ち帰りいただいて、商業教育の次の一手に役立てていただくということができたかできないかで、この研究大会の成果が大きく変わってくるのだと思っております。そこができて初めて、今年の全国大会はすばらしいものだったと言うことができるのです。

私も約30年ほど前に商業高校に学んでおりました。当時の商業高校では、総合実践とは言っておりませんでしたけれども、実践室で模擬取引を行っていました。当時は、高校生が外に出ていって、企業の方と一緒に何かをつくり上げていくということは考えられませんでした。すべてが学校の中での模擬的な学習だった。当時そういったことをおそらく考えた方はほとんどいらっしゃらなかったでしょうし、また考えたとしても、そのようなことは高校生にはできないだろうと思っていたのではないのかと思っています。ところが、その後何十年もたち、今は、高校生が外に出ていって実際に商品を開発するということが、極めて当たり前のように行われるようになってきたのです。当時はできないと思っていたことができるようになったということです。

では、この先どうするのかということになるわけですけれども、先ほどのご講演のお話にもありましたけれども、地域産業の振興というものがとても大切なことです。ただ、地域産業の振興を将来担える人材を育成するということではなく、もっと踏み込んで、商業高校生が地域産業の振興の一端を担っているという形にしていく必要があると思います。高校生のうちから担っているということです。

商業高校に対する応援団というのは非常に少ないのが現状です。農業高校ですとか水産高校に対する応援団というのは非常に強いものがあります。ところが、商業はそうではない。この応援団をつくっていく必要があると思っています。それは何かというと、地域だと思っています。農業とか工業、水産というのは、特定の業種に特化しているわけです。ですから、農業高校に対しては農業団体の応援団があるわけです。水産高校に対しては水産界の応援があるわけです。しかし、商業といった場合には、狭く考えると小売業ですとか卸売業ということになるわけですが、そうした組織はそれほど明確なものにはなっていないと思います。

やはり応援団というものは地域ということになると思います。そうしたことからも、それぞれの地域の産業の振興を商業高校生が担っているのだという、そうした形をつくり上げていく必要があります。もちろん、新しいことを始めるということには必ずいろいろな課題が出てきます。課題があるからやらないと考えるのか、課題があってもやるのだと考えるのか、これでその先は大きく変わってきます。い

ろいろあれこれ考えている状況ではありません。まず一歩踏み出していく必要があります。いろいろな課題に対する答えというものは、実践することでおのずと見えてくると思います。まず一歩踏み出していただきたいと思っています。

商業は、よく特色がわかりにくいと言われます。それはなぜかと考えると、農業ですとか工業、水産はものをつくっているのです。形あるものをつくっています。ところが、商業はそういったものをつくっていない。これが、商業の特色が外から見てわかりにくいと言われる一因なのかと思っています。ただ、私は、ものを作っていないと言うことは商業の弱点だとは思いません。先ほどのヒロ中田さんのお話を聞いて、あの方は調理師でもないわけです。ものをつくる技術は持ち合わせていない方だと思います。大事なのはアイデアだと思います。アイデアとそれを実現するためのプロデュース力だと思っています。それを担えるのは商業の生徒たちだと思います。ものをつくるのはものをつくる技術を持っている方にお願いをすればいい。ものをつくるためにはアイデアが必要、それを売るためにもアイデアが必要、これからはそうしたアイデアが大切であり、それはまさに商業教育ですので、そうした点で、商業教育の必要性というものはますます高まっていると思っています。

一昨日、商業は大変厳しい状況に置かれているというお話をさせていただきました。厳しい状況であることは間違いないことです。ただ、そこに明るさが見えないのかというと、そうではありません。今まで以上に商業教育の必要性が高まっている。これを多くの方々にご理解をしていただくということが必要なわけですけれども、そういったことで、商業の明るさ、そういったものも間違いなく強くなってくると思っております。

時間が余りございませんので、たくさんスライドを用意してありますが、ただいまご覧いただいているものが商業科卒業者の職業別の就職状況をまとめたものです。通常こうしたデータは業種別にまとめるケースが多いと思いますが、商業教育からビジネスの視点に幅を広げておりますので、商業という業種別に見るよりも、むしろビジネスにかかわる諸活動というように考えた場合には、職業別に見たほうがいいと思い、このようなグラフにしてみました。

事務従事者が35.5%、販売従事者が15.1%、サービス職業従事者が13.5%ということになっています。ここまでが大体商業教育にかかわる職業です。こうして見ると、事務系の就職は厳しいと言われながらも、実は事務に従事している卒業生がたくさんおります。商業の就職の特徴は、商業の専門性を生かした就職が多いということが言えます。これはとても大切なことです。

次のグラフは、上級の国家試験や検定試験の合格状況です。若干数字が細かくて恐縮ですけれども、経済産業省の情報処理技術者試験については、近年は、基本情報やソフトウエア開発技術者よりも、むしろシステムアドミニストレーター試験の合格者のほうが増えているという傾向がはっきりと出ております。それで果たしていいのかということでございます。

情報処理技術者試験が平成21年度から大きく変わろうとしているということです。情報処理推進機構から新試験制度の手引が出されております。その中に、こういう文言があります。「ユーザー側人材は、ベンダ側人材と同等レベルの知識・技術を保持することが不可欠である」ということです。現行の学習指導要領で専門教科「情報」が設けられました。その結果、明確にはなっていませんけれども、商業の情報処理教育はどちらかというとユーザー側人材の育成、専門教科「情報」はベンダ側人材育成という、何となくこのような切り分けがされてきたのかなという感じがするのですが、ユーザー側人材を育成するにしても、ベンダ側人材と同等レベルの知識・技能が必要だとなっているわけです。このことから、今後の商業教育における情報処理教育の方向性というものは、おのずと見えてくるのではないかと思っております。

もう一点述べられていることは、ベンダ側人材もユーザー業務に関する深い知見を有することが必要だと書いてあります。ベンダ側人材にもユーザー業務の知識が必要だということです。商業の子どもたちは、簿記会計ですとか、あるいは流通、マーケティング、経済、そうした学習もしているわけですの

で、ベンダ側人材になったとしても、ユーザー業務に対する知識を持ち合わせているということになりますので、いま一度商業教育が大切にしてきた情報処理教育の原点に立ち返って、もう一度考えてみなければいけないと思っております。

日商簿記検定については、平成8年に合格者数が減って、その後横ばいが続いております。県立岐阜商業高校が、この分野の検定試験については非常に大きな実績を上げています。この学校の取組については、いろいろなご意見があると思いますが、その実績はきちんと評価をする必要があります。

いろいろと批判的なご意見をお持ちの方にぜひとも考えていただきたいのは、もしも疑問がある、あるいは批判をするのであれば、ぜひとも県立岐阜商業に匹敵するだけの取り組みをして、その実績を上げてください。その上で、県立岐阜商業の取組に何が足りないのか、どうすればいいのかというご意見を言っていただければいいのではないかと思っています。まず、それぞれが負けないだけの実践をすること、そこで初めて意見が言えると思っております。

この情報処理関係と、あとは簿記関係、特に日商簿記検定1級については、非常に指導者が不足している状況にあると思います。私が思うのは、研修というものも必要です。ですから、研修というものはやはりきちんと大切にして、そうした場面をできるだけ設けていくということが必要だと思いますが、結局は先生方お一人お一人の意識にかかっているのだと思います。私は、ぜひとも生徒と一緒に国家試験ですとか、日商簿記検定1級を受験する先生方が一人でも多く出てくるということを期待しております。

私も、学校にいたときはそういうこともやってきました。生徒と一緒に国家試験を受けに行く。生徒にあらかじめ宣言をする。先生は一緒に受けに行くと宣言をする。生徒が受かって、教員が落ちたってそれはいいわけです、何も問題はありません。もし教員が落ちて、生徒が受かって、それによってその後の指導がしにくくなるということであれば、それは試験に落ちたことが原因ではない。もっと別のところに原因があるのだと思います。先生が落ちて生徒が受かったら、その生徒にとっては大変な励みになり、大きな自信を持つと思います。ぜひともそうしたことも考えていただきたいと思います。自分で試験を受けてみる。これが指導者を育てる、指導力を付ける一番の近道だと思います。

卒業後の公認会計士試験の合格者ということで、これはあくまでも判明分ということです。実はもっとたくさんいらっしゃるのだろうなと思っておりますけれども、公認会計士試験というのは極めて難しい試験なわけです。しかし、商業高校を卒業した生徒が受かっているということです。これは、まさに商業高校で学んだその有利さを生かして大学で勉強しているという一番典型的な例だと思います。商業高校から進学する理想的な形の一つとも思っています。ですから、一昨日も申しましたように、高校3年間のカリキュラムと大学4年間のカリキュラムを接続するということ、そうしたことをそれぞれの地域の大学と行っていただきたいと思っています。

先日の開会式のときに来賓としてご出席されていました日本商業教育学会北海道部会長の鈴木先生が控室でお話しされていたのですけれども、鈴木先生のご勤務されている大学で、優秀な商業高校生を受け入れる、そういう仕組みをつくると言われていました。具体的にかなり商業高校生に対する特典ということを考えておるようですけれども、大学も生き残りがかかっているわけです。だから、大学で何か成果を上げようとすると、高校時代に商業をしっかり学んできた生徒を入学させるということは、大学にとって非常に大きなメリットがあるわけです。ですから、大学との連携というものは今が一番やりやすい時期に来ているのではないかと思っております。そうした働きかけもそれぞれの地域で行っていただければと思っています。

恐らく先生方、いろいろご興味のあることだと思いますが、学習指導要領の改訂についてでございます。詳しいことは中教審答申をお読みいただいていると思いますので、詳しい説明は省かせていただきますけれども、中教審に対して、学習指導要領の改訂のために諮問をしたわけです。それでいろいろ審議をしていただいて、今年の1月に答申を出していただきました。したがいまして、次の学習指導要領

は、この中教審答申に基づいて作成をするということになります。

どのような内容になるかということについて、興味がおありかと思いますが、これは実は中教審答申をよく読んで、自分なりに先生方お一人お一人が、この答申に基づいて各科目の内容を考えたらこうなるだろうと考えていただくと、おのずと大体見えてくると思います。そのぐらい中教審答申の内容というものは、結構具体的であり、そこからいろいろ考えると、読み取れるものがたくさんあるようなものになっています。

現行の17科目を20科目にするということになっております。

まず、マーケティング関係についてですが、「商品と流通」、「マーケティング」を整理、統合して、「商品開発」を新設する。「マーケティング」、「商品開発」、「広告と販売促進」の3科目構成にするということが中教審答申に述べられております。「マーケティング」では、マーケティング活動の全体の流れ、それと流通、市場調査、こうしたものを中心に学ぶ。「商品開発」で、商品の企画、開発、提案を実践的、体験的に学ぶ。「広告と販売促進」で、広告戦略ですとか販売促進戦略、さらには販売活動、そうしたものを実践的、体験的に学ぶ。このような内容になっていくのかなと思っております。

これらの3科目でマーケティングを専門的に学んで、高校生でなくても売れる商品、要するに、きちんと企業に入ってプロとして活躍できる、それだけの知識・技術に高めていくということです。高校生でなくてもしっかりと売れるような商品開発、また販売促進活動が行えるようにしていきたいと考えております。

次に、経済に関する科目です。「ビジネス経済Ⅰ」、「ビジネス経済Ⅱ」、「経済活動と法」、この3科目構成とすることとされています。「ビジネス経済Ⅰ」でミクロ経済とマクロ経済の基礎、「ビジネス経済Ⅱ」では、「ビジネス経済Ⅰ」で学んだことを基礎として、我が国の経済活動を通して世界経済を見るという、そのような内容になっていくと思っております。

「経済活動と法」については、ビジネスを適切に行うために必要な法規ということに整理をしていきたいと思っています。理論的な科目ということでありますけれども、理論だけ教えてもしようがないと思っています。以前、20年、30年前の商業の内容を見ますと、理論的な科目がたくさんありました。それが、最近は理論的な科目が減ってきている。やはり理論的な裏づけというものは必要だと思います。経済活動をするためには、やはり理論的な裏づけがなければいけない。しかしその一方で、理論だけを学んでもそれは使えないと思います。ですから、理論と実践を結び付ける。特に経済関係ですと、理論と実際の経済活動を結びつけて指導するということが大切だと思っています。そうしたことから、この分野については指導方法を工夫するということが大変強く求められることになります。

会計に関してですけれども、科目名だけを見ると何かとても難しくなるという印象を受けられる先生もいらっしゃると思います。しかし、簿記や会計に関する基礎的な知識と技術を習得させるということは、これまでと何ら変わりません。加えて、会計に関して興味、関心を持つ生徒、あるいは会計ビジネス科のような学科において、しっかりと夢を持って学習できるように、財務会計ですとか管理会計のそうしたもうワンステップ上の内容を充実させていきたいと思っております。実際に商業高校を卒業して、さらに専門的な職業についている生徒もいらっしゃるので、できるだけそうしたニーズに応えられるような、そうした科目の構成にしていく必要があると思っております。

ビジネス情報関係については、教科「情報」が設けられて、すべての生徒がコンピューターを学ぶようになり、それで商業の情報処理教育が薄まったという声も聞こえてきますが、しかし考えてみると、私たち商業科の教員が目指してきたこと、情報処理教育でやってきたことというのは、普通教科「情報」の2単位で学べるものを目指してきたのかというと、全くそうではなかったわけです。ですから、普通教科「情報」が出てきても、本来、商業の情報処理教育は何ら揺らぐことがないと思っております。

逆に、商業の情報処理教育に特色がなくなったと言われるのは、私たちが商業教育として行わなければならない情報処理教育をしっかりと行ってきていなかったのではないかとも考えられるわけです。で

すから、商業として行う情報処理教育の内容については、しっかりと改めて認識をする必要があると思っております。

科目構成を見ていただきましてわかるように、特に「ビジネス情報管理」という科目が設けられます。これは、中教審答申を受けてビジネス情報システムの開発などの内容になるわけです。そうすると、システム開発ですから、やはりきちんとプログラムがつくれないと、システム開発などはできるわけがありません。改めてプログラミングの大切さということを確認をしていきたいと思います。

また、企業にはコンピュータが入っているわけです。ネットワークが入っている企業もたくさんあります。コンピューターとかネットワークですので、トラブルがつきものです。ところが、何か動かなくなったときにその都度技術者を呼ぶかというと、そんなことはできないわけです。ですから、企業にはコンピュータやネットワークにトラブルが起きたときに、きちんと対応できる人材が必ず必要です。それぞれの学校にも必ずいらっしゃるのではないかなと思います。トラブルにきちんと対応できる力ということも商業教育として身に付けさせなければならないと思っております。

基礎的・総合的な科目ということですが、「ビジネス基礎」の指導については、これまでもご苦労があるのではないかと思っておりますが、「ビジネス基礎」は、商業に入学してきた生徒が一番最初に学ぶ科目です。「ビジネス基礎」を学んで商業のことが嫌いになったということでは困るわけです。商業は楽しい、商業っておもしろいと思ってもらえる科目にしていく必要があると思っています。また、そういう指導方法をきちんとつくり上げていく必要もあると思います。ビジネスのおもしろさということを、できるだけ生徒に感じ取ってもらえるような内容にしたいと思っております。もちろん、おもしろいことだけやっているわけにはいきません。やはり必要な知識や技術というものがあるわけですので、もちろんそれは入れていきたいと思っております。

「ビジネス・コミュニケーション」については、中教審答申で「商業技術」と「英語実務」を整理統合するということになっております。コミュニケーション能力というのは大切ですので、そうした能力をしっかり身に付けることができるような科目の内容にすることを考えております。

時間になってしまいました。本当はもっとお話をしたいことが多々あったわけですけれども、またいろいろ先生方にお話をさせていただく機会があろうかと思いますので、またそのときにお話をさせていただきたいと思っております。

最後に、本当にすばらしい研究大会にしていただきました。この研究大会の成果をぜひとも生かしていただきたいということを重ねてお願い申し上げまして、私の話とさせていただきます。
どうもありがとうございました。(拍手)

「全商協会創立60周年記念」

懸賞論文審査経過について

審査委員会委員長　本　多　吉　則

○論文

順位	論　　題	学 校 名	氏 名
1等	21世紀の商業教育 －商業教育と食育のコラボレーション－	愛知県立豊橋商業高等学校	松　山　博　幸
2等	商業教育と大学教育との接続に関する一考察 －教育効果を引き出す高大連携ゼミナール－	愛知県立豊橋商業高等学校	大　竹　庫　一
3等	生徒の論文指導を通して	愛知県立知立高等学校	清　水　隆　則
3等	キャリア教育を意識した商業教育	愛知県立豊橋商業高等学校	小野田　善　樹
3等	ニート・フリーターから陥るワーキングプア予防指導について －商業教育面からの本校の取り組み	愛知県立中川商業高等学校	佐　藤　公　彦

懸賞論文教諭対象の応募については、5名、5編の論文が寄せられた。応募が少なく残念であった。

選考審査は、応募要項に基づき、選考基準に従い、選考委員が厳正に行った。

論文は、日々の実践に基づくものが多く、現在、多くの学校が取り組み、課題としている題材が多かった。しかし、そこに止まらず、商業教育に新たな視点を付加するものも見られた。特に、多くの選考委員が1等に推薦した「21世紀の商業教育－商業教育と食育のコラボレーション－」は、食育と今日的な課題を商業教育に採り入れることを論じており、21世紀の新たな商業教育の地平を切り開いたと言える。

学習指導要領の改訂を本年度の秋にひかえ、21世紀の新たな商業教育の構築に向けて、今後も研修を重ね、生徒の立場に立ったよりよい実践を期待する。

○作文

順位	作　　文　　題	学 校 名	氏 名
1等	ブルースカイ－学ぶ楽しさを感じ始めて－	新潟県立新発田商業高等学校	川　上　竜太郎
2等	栄光を掴み取ろう	埼玉県立浦和商業高等学校	鳥　山　昌　悟
2等	私の高校生活	那珂川町立福岡女子商業高等学校	夏　秋　友　美
3等	宝物	福岡県公立古賀高等学校	渡　辺　千亜紀
3等	検定を受けてみて	新潟県立新発田商業高等学校	小　泉　達　也
3等	商業の科目を学んで	愛知県立豊橋商業高等学校	古　橋　ひとみ

生徒作文の応募作品は22点、応募校数は8校であった。応募校には地域的な偏りが見られる。より多くの学校での取り組みに期待する。

内容については、論文ではなく、作文であったので、課題意識、序論・本論・結論の明確化、さらには論旨の一貫性など論文に特有な形式が、明確とは言えないところがあるので、指導が困難であったことが推察される。しかし、作文という形式で、他者の立場を考え、自分の意見を伝えるための表現力を身につけさせることは緊急の課題である。

上位入賞の6作品は、いずれも高校生活における勉学の重要性と、自己のキャリア形成をしっかり見据えたものであった。今後も表現力と言うことを意識した指導をお願いしたい。

入賞作品はみな素晴らしかったが、残念ながら入賞できなかった作品も遜色なく、審査に苦労した。各人が自己の希望を叶えられるよう生徒の指導をお願いしたい。

教員の部

21世紀の商業教育

― 商業教育と食育 ―

愛知県立豊橋商業高等学校　教諭　**松　山　博　幸**

Ⅰ　はじめに

現在の商業教育を取りまく環境は、社会構造の変化に伴い急速に変化しつつある。特に、情報化や国際化の進展は著しくその影響は、教育活動までも変化を強いられている。商業教育においても、日々進化する情報技術や国際経済活動により商業科で扱う内容も大きく変化している。

商業教育で新しく扱う分野として、学校デパート、大学や他学科との連携、校外での店舗経営、商品企画、国際交流など従来の商業教育にはなかった分野を開拓し取り組み始めている。この分野を創作した学校の実践例から多くの学校が商業教育に取り入れることの教育効果があると判断したため、近年この分野を取り組む学校数が増加しつつある。この分野の取り組みがすべてではないが、商業教育の従来の分野と組み合わせることが、商業高校の今後の発展において大きな役割を果たすと考える。

この研究では、現在、多くの学校で実施されている特色ある商業教育を分析し、商業教育の新たな分野を研究し、今後の商業教育に結びつけ、21世紀に生きる生徒のための商業教育へと発展させる方策を考える。

Ⅱ　商業教育の現状と今後の在り方

商業教育120年の歴史の中で教育内容を見ると不易の分野と、時代の進歩に合わせるように進化し続けている分野とがある。

不易な分野としては、簿記・珠算のように商業教育スタート当初より引き継がれている分野は商業教育の大きな大黒柱として根幹を支えている。

進化し続ける分野としては、情報教育があげられる。情報化社会といわれている現在、コンピュータの進化は目覚ましいものがある。その進化に合わせて商業教育も著しく進化した科目の一つである。商業教育に課せられた使命として、社会の変化に柔軟に対応し、時代の要請に応える必要がある。

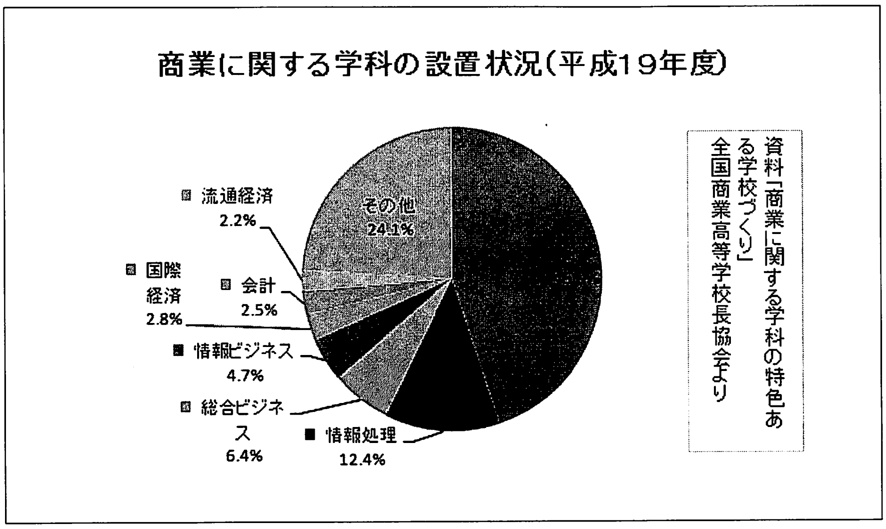
しかし、時代の流れは速くそのスピードに対応するためには各学校のカリキュラムも即時に変える必要がある。しかし、学習指導要領の改訂が約10年ごとに実施されているのが現状である。その改定を待っていたのでは商業教育が時代に取り残されてしまう。

そこで、商業を含めた専門学科には科目「課題研究」が設置されている。課題研究の目標として「商業に関する課題を設定し、その課題の解決を図る学習を通して、専門的な知識と技術の深化、総合化を図るとともに問題解決の能力や自発的、創造的な学習態度を育てる」とある。文部科学省の定める学習指導要領の改訂をする前に即座に対応できる科目として利用価値がある。実際、多くの高等学校において「課題研究」を利用して、新たな取組みを実施している学校も多い。

近年、特色ある商業教育として紹介される内容には、生徒による商店経営や地域と連携した商店街の活性化などの店舗経営、学校オリジナル商品開発や企業や地域と連携した商品企画、他学科の高校や大学などと連携した連携授業などがある。

現在、実践されている商業教育の現状を分析し、社会からの商業教育へのニーズに対応することで今後の新しい商業教育の分野が見出されると考えられる。

（1）学科の構成状況



現在、全国の商業に関する学科の設置学科数は1844学科、そのうち多い学科の上位３位は、商業科が約45％、情報処理科が約12％、総合ビジネス科が約６％の構成になっている。少数の学科は、商業科、情報処理科、国際ビジネス科から派生した学科となっている。

（2）資格取得状況

平成18年度　商業に関する学校・学科に学ぶ生徒の資格取得状況

経済産業省	ソフトウェア開発技術者	３７名
	基本情報技術者	３１８名
	初級ＳＡＤ	９９５名
日本商工会議所	簿記１級	４２名
	簿記２級	６８３０名
日本英語検定協会	準１級	１３名
	２級	４５８名

資料「商業に関する学科の特色ある学校づくり」全国商業高等学校長協会より一部抜粋

商業教育の目的の一つとして資格取得があるが、全国的にも資格取得への取り組みは非常に素晴らしい成果をあげている。その中でも、ソフトウエア開発技術者37名や日本商工会議所簿記検定１級42名の合格はその分野の最高権威として誇れるものがある。今後は、最高権威の資格の取得者を一人でも多く出すことが商業教育の使命であると考える。

（3）学校デパートの取り組み状況

38都道府県997校が、学校デパートに取り組んでいる。全国の商業高校では「○○デパート」などの名称をつけて販売実習を行っている学校が多くある。期間的には、文化祭などの機会を利用して、１日または２日と短期的な店舗の開設で、気軽に購入しやすい日用品や衣料品や食料品を中心に販売する。その目的として「商業教育に関する知識・技能・態度の集大成の場」「地域に根ざした特色ある学校づくり」「生きる力を育む体験学習の場」とするものが多い。販売実習を通じて、商業高校で学んだ知識・技術の発表の場にしながら学校の特色にしている。販売実習は地域住民の方々においでいただき、地域社会への宣伝を積極的に行うため、商業教育を理解していただく絶好の機会となる。積極的なアピールの機会であるため、生徒への事前指導では、マナーや挨拶など礼儀作法を中心とした指導を行い、地域の方へ好印象を与える場となる。

販売実習の成果としては、生きた商業教育が体験でき、協力・責任遂行の精神が養われ成就感が体得でき、その中で人間関係や礼儀作法を身につけることができるなどの成果が得られている。

（4）学校間・学科間の連携状況

38都道府県79校が取り組んでいる。取り組み事例としては、大学と連携し資格取得講座の開設や連携を通して大学への入学選考を兼ねている事例もある。また、他学科の高校と連携し、他学科の学習や連携をして共同での商品開発などを実施している。

連携により、商業の世界しか知らなかった生徒が外部から刺激を受けることにより、より高い視点から物事を判断できる能力も育成できる。このことは連携先の大学や他学科の高校も同様であり、連携による相乗効果も大きい。

（5）校外での店舗経営の取り組み状況

38都道府県99校が取り組んでいる。学校行事の一環として校内で実施される機会が多い販売実習に比べ、地元商店街の空き店舗を利用した店舗経営はより地域に溶け込んだ形態である。店舗経営では地域に学ぶ姿勢を持ち、地元商店街の活性化に貢献するとともに、生徒の自立心、協調性、プレゼンテーション能力、コミュニケーション能力、接遇やマナー等の育成に目的がおかれている。

開店のための必要な資金は株式会社の形態をとり生徒から出資してもらい調達する方法や、学校・教育委員会等からの借り入れや商工会議所や支援事業から調達するケースが多い。店舗は学校で独自に交渉して確保する方法や市役所・商工会議所の斡旋や提供により商店街の空き店舗を確保するケースがある。

店舗の経営形態としては、期間を限定する営業が大半を占めるものの、通年で営業する学校も存在し、生徒経営の店舗の積極化がみられる。販売品目は、食品を中心にして専門学科で製造した加工品の販売や独自開発したオリジナル商品の販売もある。

しかし、地元商店街の活性化が一つの目的であるが、人件費のかからない店舗経営が商店街の店と競合することにより商店街を圧迫する恐れや、売上の収益金の処理方法や損失が発生した時の処理方法などの課題もある。

（6）　商品開発に関する取り組み状況

37都道府県112校が取り組んでいる。企画例としては、地元の特産品と関連づけた食品を中心とした商品を始めとしてトイレットペーパーや芳香剤などの日用雑貨まで多種多様な商品を企画している。企画した商品は、学校デパートや校外での生徒経営の店舗を中心に販売している学校が多い。商品企画の問題としては、企画した商品を商品化するために地元の企業と交渉するのであるが、生産単位が企業のロット単位となるため取引数が千単位・万単位になり取引金額もかなり高額となることが多く高校生のアイディアの商品化実現への大きな壁となっている。そのため、食品を中心とした商品となり、地元の企業というよりは個人経営の生産者との取引になることが多いと思われる。

（7）商業教育の今後

生徒数の減少に合わせ各都道府県では、学校の統廃合が進んでいる。総合学科の新設も合わせ、商業科設置の高等学校が統廃合・総合学科の流れに飲み込まれているのが現実である。

今後は、商業教育の存在価値を世間に広めるために、社会から必要とされている卒業生を輩出する必要がある。基礎基本の商業教育やマナー教育を徹底させるとともに、社会から必要とされている高度資格をより多くの生徒に取得させることが必要であると考える。多様化する社会に対応できる人材の育成のために、新しい分野の商業教育を実施する必要がある。

Ⅲ　高校生を取りまく食環境

特に現代人の食生活は、ファストフードに代表されるように手軽・簡単に食べることができ、食事は高カロリーである。それを栄養バランスも考えず食べている。そのため栄養の偏りができ肥満や生活習

慣病が増加しているのが現状である。

大人においても不規則な食生活が浸透しており、その影響が子どもたちにも及んでいることが新聞紙上でも大きく取り扱われたことは記憶に新しい。この食生活が日本人の習慣として定着することは日本の食生活の崩壊である。

平成17年6月10日、国会で「食育基本法」が成立した。この附則の中で、『子どもたちが豊かな人間性をはぐくみ、生きる力を身に付けていくためには、何よりも「食」が重要である。』と食についての重要性が改めて認識されている。このことは、現在の子どもの食環境は法律で守らなければならないほど荒廃していることを意味しているのである。

（1）食育基本法

この「食育基本法」では、子どもたちが健全な心と身体を培うとともに、すべての国民が心身の健康を確保し、生涯にわたって生き生きと暮らすことが大切であるとしている。その上で、食育は生きる上での基礎基本であり、知育、徳育及び体育の基礎となるべきものとして位置付けている。現代社会が抱える問題として、食生活により起こる健康問題、過度の痩身志向、「食」の安全性の問題や海外への食の依存などが指摘されている。

また、古くから引き継がれてきた日本の伝統ある地域の多様性と豊かな味覚や文化の香りあふれる日本の「食」が失われる危機にある状況である。

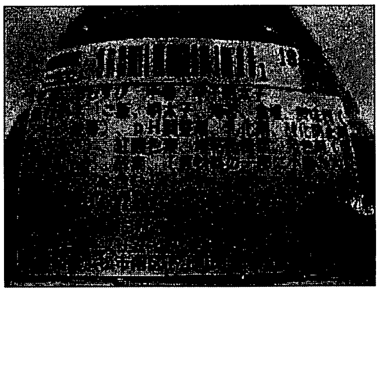
食育基本法は、食を取りまく環境の変化の中で国民の「食」に対する考え方を育て、健全な食生活の実現を求めるとともに都市と農山漁村の共生・対流を進め、「食」に関する消費者と生産者との信頼関係を構築して、地域の活性化、豊かな食文化の継承や食料自給率を向上させることが期待されている。

（2）食品添加物

昨今、食品添加物の元トップセールスマンが食品製造の舞台裏として食品添加物の実状について訴える本を出版して話題となった。食品添加物は人間の身体に安全なのかといわれると疑問が多く残る。それを証明するように多くの省庁が安全性を確認する情報を提供している。最近、スーパーやコンビニエンスストアで販売されている商品には食品添加物無添加や無添加食品と大きく書かれた商品が目に付くようになった。このことは、従来は食品添加物が使われていることが当たり前であることを表している。

写真の商品も大きく化学調味料・着色料・香料・酸化防止剤が無添加と表記されている。裏返せば、いままで食品添加物に汚染された食品を提供してきたのが事実である。商品の原材料のラベルをみると、私たちの知らない名前の物質が多く使われている。コンビニエンスストアで購入したおにぎり一つにしても、ご飯と具だけではなく知らない名前の物質が多く入っているのも事実である。

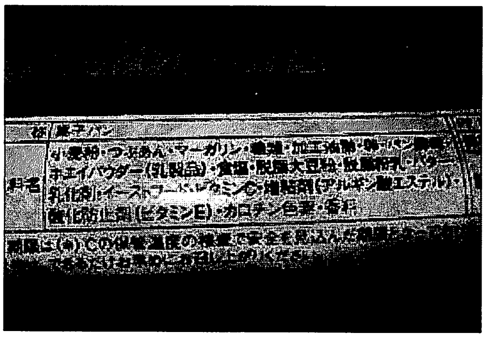
高校生が日常口にするおにぎりや菓子パンの食品添加物の状況をみると、「辛子明太子おにぎり」では、添付してある原材料ラベルをみると「熱量176Kcal、ご飯、明太子、海苔、食塩、調味料（アミノ酸）、PH調整剤、乳化剤、酸化防止剤、紅麹色素、増粘多糖類、発色剤、酵素」原材料とともに私たちの知らない添加物や保存料がたくさん使われており、知らないうちに私たちの体内へと取り込まれている。



また、パンについても同様である。街で販売されている「菓子パン」もおやつとして食べているが、原材料ラベルでは「熱量428Kcal、小麦粉、つぶあん、マーガリン、糖類、加工油脂、卵、パン酵母、ホエイパウダー、食塩、脱脂大豆粉、バター、乳化剤、イーストフード、ビタミンC、増粘剤、酸化防止剤、カロチン色素、香料」とカロリーは意外にも先ほどのおにぎりの2.4倍の428Kcalあり、2個食べれば一

食分以上のカロリーを摂取することになる。

これらの食品添加物の使用は、消費者が安い商品を望むから使用されるのであって、消費者が望まない商品は市場から消滅する。現在の消費者はこの事実を知らないまま安い商品を購入し、結果として食品添加物を支持している。現在、食品添加物を避けて食品を口にすることはできないくらい普及している。



食品添加物の健康に対する害については、多くの省庁や研究機関により研究が進められているのであるが、いまだはっきりとした結果は得られていない。これは、個人個人の生活様式・食生活が異なり、ただ食品添加物を摂取したから、全員同じ健康被害が出るというものではないためはっきりとした結果は得られていないと考える。しかし、厚生労働省では添加物について「添加物一般の使用基準」を示しており、その中では、「使用できる食品等」「使用量等の最大限度」「使用制限」などの項目があり添加物の使用について様々な基準がある。このことは過度に添加物に依存することは健康被害の一因になりうることを意味している。

食品添加物の存在は悪であると言い切ることはできない。食品添加物のおかげで食品が腐らなかったり、長期の保存が可能になったり、従来は食べられずに廃棄されていた食材が添加物のおかげで食品として有効に利用されているのも事実である。その結果、小売店で販売されている商品が安価で提供されているのは、食品添加物の良い面であると考える。

しかし、商品メーカーが食品添加物に安易に頼りすぎてしまい必要以上に使われているのも現実である。今後は、食品添加物の良い面と悪い面を明らかにし、悪い面も理解したうえで効果的に利用できる賢い消費者の育成も今後の課題になる。

（3）高校生の食生活の現状

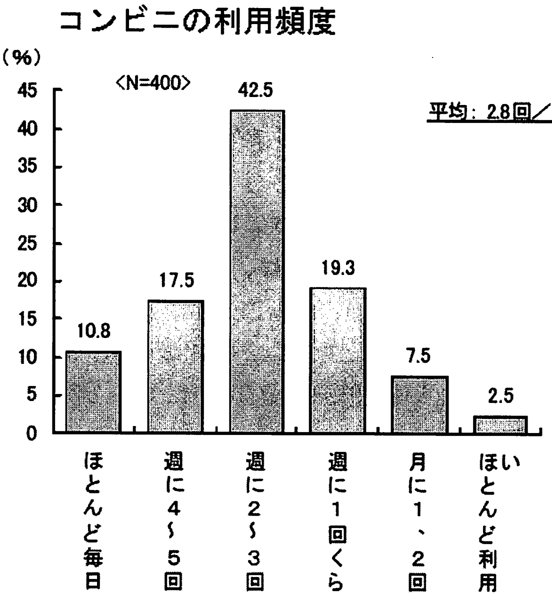
高校生の食生活について農林中央金庫が2006年３月に発表した『東京近郊の高校生400人に聞く現代高校生の食生活　家族で育む「食」』のアンケート結果に、高校生の食生活を表した調査結果があった。その一部を抜粋した。

ア　コンビニエンスストアの利用状況

「コンビニの利用頻度」のアンケートから高校生のコンビニエンスストアの利用実態が明らかになった。約７割の生徒が、週に２回以上利用している実態がわかる。

その購入品については、「コンビニでよく購入する飲食物」のアンケート結果から、高校生の来店者のうち半数がパンを購入し、お茶・おにぎり・お寿司・スナック菓子は、３割以上が購入している実態がわかる。また、購入品の９割は食品であり、簡単に口にすることができる食品を中心に購入していることがわかる。

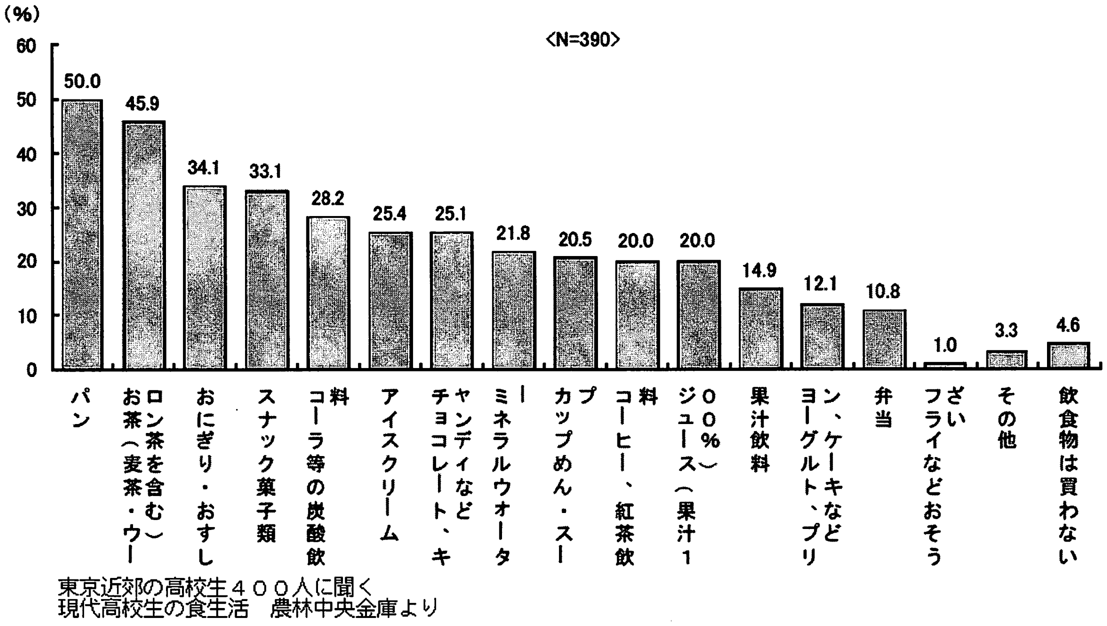
食事をする場所として、「コンビニで買った食べ物を食べる場所」のアンケートから、学校で昼食を中心に食べることが多く、高校生の昼食はコンビニエンスストアに依存している傾向があることがわかる。



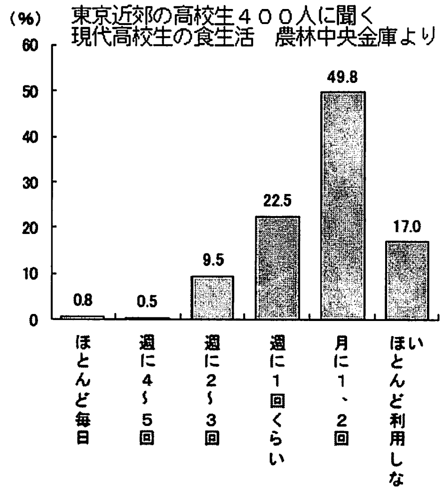
東京近郊の高校生４００人に聞く
現代高校生の食生活　農林中央金庫より

イ　ファストフード店の利用状況

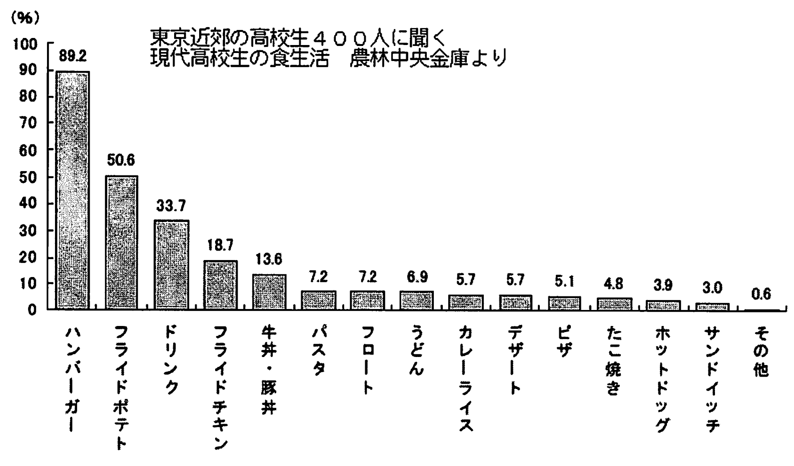
コンビニでよく利用する飲食物（複数回答可）



ファストフード店の利用頻度



よく購入するファストフード



「ファストフード店の利用頻度」のアンケートからでは、3割以上の高校生が週に１回以上ファストフード店を利用し、「よく購入するファストフード」のアンケートから、高校生がよく購入するものとして、ハンバーガー・フライドポテト・ドリンク・フライドチキンなどを中心に購入している。

ウ　食生活の分析

高校生の食生活は、コンビニエンスストアに支えられた食生活を送っているのが現状である。コンビニエンスストアでの購入の中心であるパンやおにぎりには食品添加物の問題が潜んでおり、高校生の多くは、無意識のまま必要以上の添加物を体内に摂取している。

また、ファストフードは、フライドポテト・ハンバーガー・ドリンクを中心に食しているのが現状である。これらの食品は、油分や糖分が多く使用されているため高カロリーであり、週１回以上の利用者が3割以上の現在では、多くの高校生も摂取カロリーが過剰になっている。

結果、高校生の多くは、若いうちから栄養バランスの乱れを起こし、肥満や生活習慣病になる危険性を大いに含んでいる生活を送っている。

そして、これらの外食産業ではただおいしければよいと言う観点で商品を製造しているので高カロ

リーであり、安価に提供するためには食品添加物を多く含んだ食材の使用をしていると思われる。このことで将来「ガン」などの病気の一因となる可能性を高校生のうちから持っていることになる。高校生は将来、大人になるための体作りをしている今、企業の安易な製品作りに巻き込まれ、間違った体作りをしているのではないだろう。現在、外食産業の発展にともない便利になった私たちの食環境をもう一度見直して見る必要があるのではないだろう。食育基本法が施行され、日本古来の食文化を見直し、栄養学の知識を得た上で、高校生も食生活を行う時期が来たと考える。生涯健康で過ごすためには、現在の生活を改めさせ、食育教育を高校教育でも実施すべきであると考える。

Ⅳ　商業教育での食育の取り組み

食育教育の必要性については、現在の高校生を取りまく食環境からすれば必要である。
食育の分野は家庭科や保健体育、農業の分野であり商業教育からはかけ離れている感じがする。しかし、商業の商品企画や販売実習の分野と掛け合わせることで食育教育は商業科の取り扱い分野に十分なりうる。食育教育の取り組みを愛知県立豊橋商業高等学校の３年生の科目「課題研究」で取り組んでいる。「高校生のための健康弁当」と題し実施している。この食育教育と商業教育のコラボレーション例を紹介する。

（１）活動内容

ア、活動を開始した具体的な動機

現在の高校生は、ファストフードやコンビニエンスストアなどの外食産業の繁栄とともに高カロリー・栄養素のアンバランスな食事や、不規則な食生活の生徒も増加傾向にあると思われる。この若者の「食」に対する意識の低さや「食」に対する考え方が「好きなものを好きなだけ食べる」「安ければ安いほどいい」「栄養バランスなど考えたこともない」など、生徒が課題学習に取り組む前の食の価値観の低さを改善する必要があると考えた。

高校生及び同世代の若者に対して、食を取りまく環境の事実を伝え、食に対して警鐘を鳴らすとともに、現代の若者の健康を考え食生活を見直して生涯を健康に過ごすための知恵を身に付ける方策として、高校生が食の安全性、健康を考えた健康弁当を企画し販売することになった。

授業カリキュラム

授業１　食を取りまく現状（商品企画のための準備）	
授業内容	映画・スーパーサイズ・ミーは何を警告しているか？ 食育基本法の施行から「食」の商品企画について何が必要か？
授業２　食を取りまく未来（商品企画のための準備）	
授業内容	世界で評価される「日本食」 集められた「食」の情報や講話からキーワード探し
授業３　食と健康（商品企画のための準備）	
授業内容	生徒一人ひとりの「弁当案」発表と再検討 健康と食との関係から高校生にとって必要な健康弁当を考える
授業４　食材の選択・試作の決定	
授業内容	グループの健康弁当案を弁当業者にプレゼンテーション 地元食材・安心・安全な食材について
授業５　ＰＴＡ試食会	
授業内容	ＰＴＡ・職員・生徒による試食会
授業６　試食会の検証	
授業内容	ＰＴＡ試食会の結果を検証し、商品化に向けて特長を明確化する 試作弁当の改良検討
授業７　文化祭のテストマーケットに向けての準備	
授業内容	販売促進ツールの準備 販売当日の流れの確認
授業８　テスト販売	
授業内容	文化祭「ショップ豊商」でのテスト販売
授業９　ビジネス化に向けての準備	
授業内容	ビジネスプランコンテストへの提出書類の検討 商品化に向けての検討
課外授業　販売実習	
授業内容	ビジネスプランコンテストでのプレゼンテーション 豊橋田原食農教育研究会での発表と販売 第３５回日本有機農業研究会全国大会での販売実践

イ、目的

企業は利益を優先し、見た目や味ばかりにこだわり、安全性や健康を考えずに食品を生産し、消費者がそれを口にしているのが現状である。

この現状を踏まえ高校生が、同世代の若者に不足している栄養素や、これから大人になるための体作りをしている今必要な栄養素を分析し、弁当という形で商品化した。この弁当という商品を通じて、同年代の若者の乱れた食生活や、食を取りまく環境を意識させたい。このことが若者だけではなく、若者以外の人々にも大きく波及し、食について考えてもらう機会を提供するのが目的である。

また、商業高校としての取り組みの目的として、地域の行政、農業者、お弁当業者、ＰＴＡと連携して「健康弁当」の商品化を進めることで、生徒の食育だけではなく地域全体の食育を

推進させていくことができる。そして、単なる商品企画ではなく、自らの健康を考えるという視点でのものづくりが、学校教育のなかでも重要な意味をもつ。

ウ、特に工夫したことやねらい

商品の企画にあたり多くの専門家の先生方から指導をいただき、平成18年度は次のような弁当の骨子をまとめ弁当の献立考案に取り組んだ。

・和食を主体とした弁当にする
・700Kcal程度の弁当を企画する
・鉄分とビタミンを強化し弁当の特長を出す
・栄養バランスを重視した弁当にする

特に鉄分は、女子高校生の多くが貧血に悩まされており、その原因として鉄分の不足が考えられた。貧血だけではなく、出産時の異常出血の原因でもあるらしく高校生のうちの今、鉄分不足を解決する必要があるからであった。

また、ビタミンは、三大栄養素（タンパク質・炭水化物・脂質）を効率よくエネルギーに変換するためには、ビタミンが不可欠であるが、栄養は摂取するもののビタミン不足によりエネルギーに変換されないため、肥満や生活習慣病の問題につながっている。

この鉄分とビタミンの強化を看板とした弁当を企画することとした。「健康弁当」についての取り組みを知ってもらうためのコンセプトシートやチラシ、お弁当の掛け紙などのツールを作成した。販売時には、このツールを使って一人ひとりがお弁当について説明し、健康問題について一般の方にも呼びかけを行った。

エ、実施期日・参加人数

参加生徒　科目「課題研究」の「商品企画」講座受講生徒

平成18年度

経理科12名　国際ビジネス科10名

平成19年度

経理科14名　総合ビジネス科８名

（２）生徒への食育教育

全国トップレベルの生産額を誇る農業地域豊橋に住む生徒に対して「食農教育」を行う必要性があるため、食育を中心とした教育を実施した。講師として医学博士であり管理栄養士の資格をもつ専門家をはじめとして各方面の専門家により次のような食育の教育を行った。

ア　日本人と欧米人では体の構造（腸の長さと食品を分解する酵素）が根本的に違うため、日本人が欧米食を食べ続けると生活習慣病になるのは当然である。日本人が生涯健康で生きるためには日本食が一番良い。

イ　食育基本法の成立の背景について食の危機を踏まえながら説明された。「生活習慣病の増加」「国内自給率の低下」「60％の輸入食品のうち１／３を残飯廃棄」など、こうした食の問題から「食育基本法」という法律が施行された。これを一言でいうならば、国民一人ひとりが選食力を養って健康を維持し、国内で生産されるものを食べて農山漁村を活性化させ、日本全体が強く元気になるために国、地域、企業、学校が一体となって進める国民運動である。

ウ　地域の農業について、市の農政課の協力を得て農業の現状、課題、流通、特産などを学び、それまで、生徒たちは地域の農業や何が地元で作られているか知らなかったが、このことで地産地消への意味を理解し意識が高まった。

エ　生産者（養鶏業者）の話しを直接聞き、農畜産物への関心や理解が深まった。いままで、直接生産者の話しを聞く機会もなかったため、地元の農畜産物と自分たちの食べている農畜産物が乖離していたが、このことで「食」の大切さを実感することができた。

専門家によりアドバイスをいただくことで、イメージや先入観による知識に頼ることの危険性を学習することができた。

また、食選力は、正しい知識を身に付けることが基本であり、それが生涯健康で生きていくための知恵になることを知り、「食」に対する興味を高めることができた。
専門家の先生方から講義をしていただくとともに、テレビ番組や映画も使い視覚的にも食品に潜む問題点を生徒に訴えかけた。その一つとしてすべてのプログラムが始まる前の4月当初に次の映画を鑑賞させた。

オ　映画「スーパーサイズ・ミー」の鑑賞

2004年モーガン・スパーロック監督の食生活の人体実験のドキュメント映画である。ファストフード中心のアメリカにおいて、マクドナルドのハンバーガーを30日間食べ続け、その主人公の健康状態がどのように変化するかを記録している映画で、このルールは次のようなものであった。

・マクドナルドの店内にあるものしか注文してはならない。
・スーパーサイズのドリンク・ポテトを勧められたら注文しなければならない。
・すべてのメニューを一度は必ず食べる。
・一日3食全てをマクドナルドで残さず食べる。

というものであった。

結果は、主人公に多くの健康問題を引き起こし、ファストフードは決して私たちの身体に健康的な食べ物ではないことをかなり強烈な印象を生徒につけることができた。

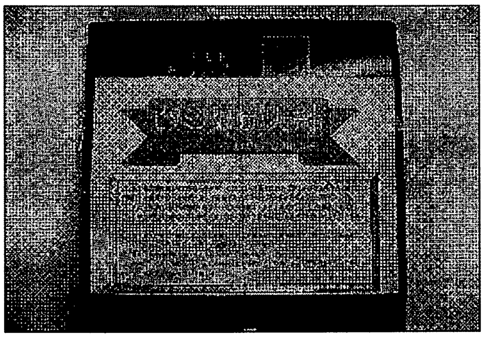
1年間の授業のスタートに際し、最初の授業でいきなりこの映画を生徒に鑑賞させ、生徒にファストフードに潜む危険性を認識させ、商品開発を行うことの意味と責任を知るとともに、今までの食生活を改めさせる絶好の教材となった。

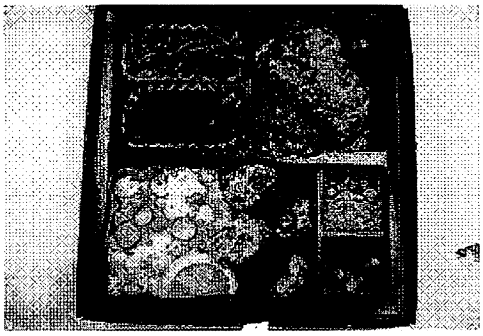
（3）弁当の開発

弁当の開発を行い、次の弁当の開発に成功した。弁当業者へのプレゼンテーションを実施し、業者から弁当製作の試食会を実施し、各方面からのアドバイスをいただき、改良を重ね商品として完成した。

・平成18年度の完成弁当

ア　経理科「ビタミン&鉄分パワー弁当」





ビタミンと鉄分を強化した弁当となっている。特長として、エネルギーとして660Ｋｃａｌの弁当であり、ビタミンＢ・ビタミンＣ及び鉄分は一日の摂取量にほぼ等しい量を一食で摂取できる献立を作ることができた。

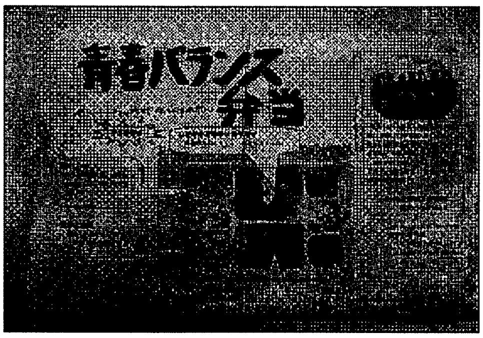
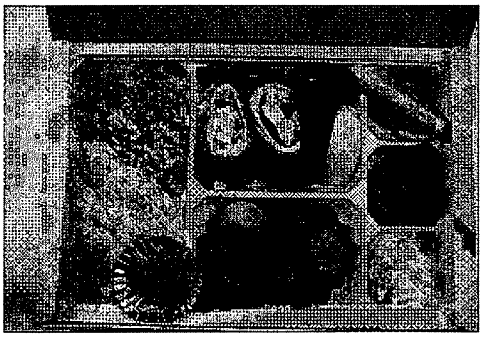
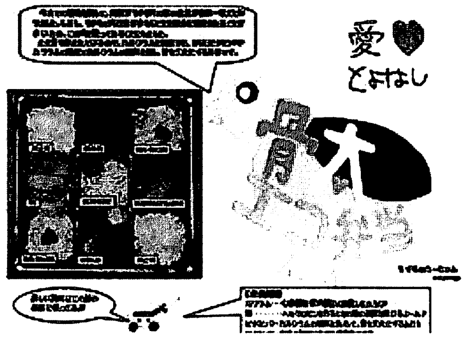
イ　国際ビジネス科「青春バランス弁当」

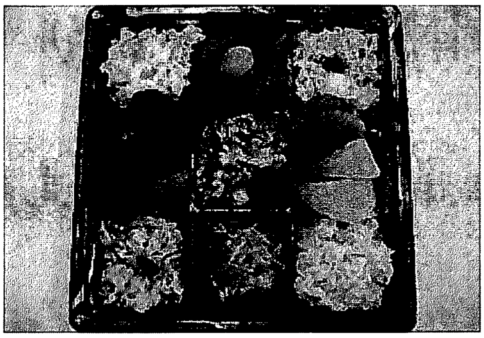
栄養バランスを重視した弁当です。豊橋特産の菜めしご飯のカロリーを下げるために油を使わずに調理するなど、地元の食材を中心にカロリーを抑えながらボリューム感ももたせた弁当である。

・平成19年度の完成弁当

ア　総合ビジネス科「骨太エコ弁当」

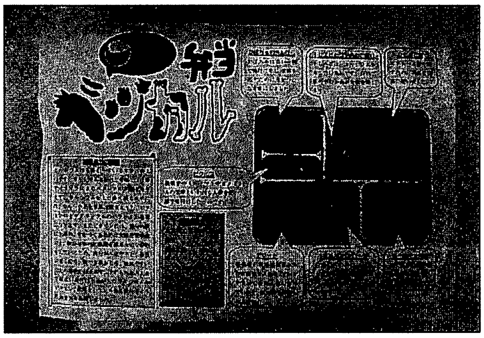
地元豊橋は、うずらの卵の生産高日本一の地域である。しかし、うずらは卵だけ利用され、肉は廃棄

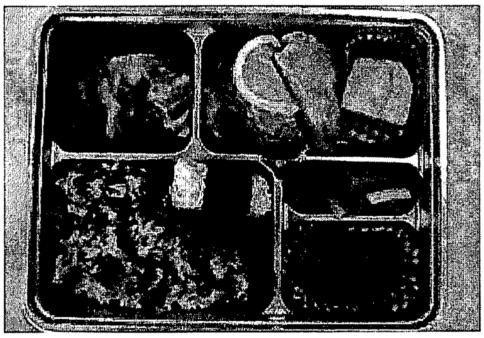






されているのが現状である。その肉を丸ごと利用し、カルシウム強化を図った健康弁当である。

イ　経理科「パクッと豊橋ベジカル弁当」





カルシウムを単体で摂取するのではなく、摂取効率を高めるビタミンD、マグネシウム、ビタミンCも同時に摂取することで効率を高める。また、地元の野菜を中心に使用した地産地消を実現した弁当でもある。子どもから大人まで幅広い世代に不足がちなカルシウムやビタミン、鉄分をバランス良く摂れるような弁当を企画した。

（4）販売実践

平成18年度の健康弁当は、次の3つの販売と発表会を実施した。

ア　文化祭「ショップ豊商」

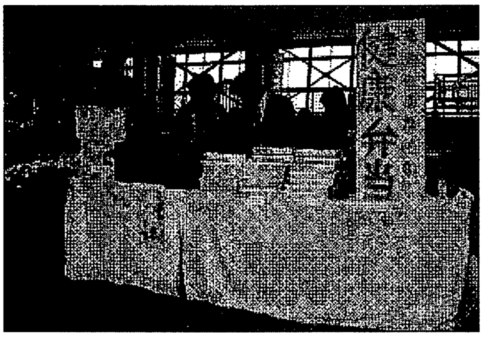
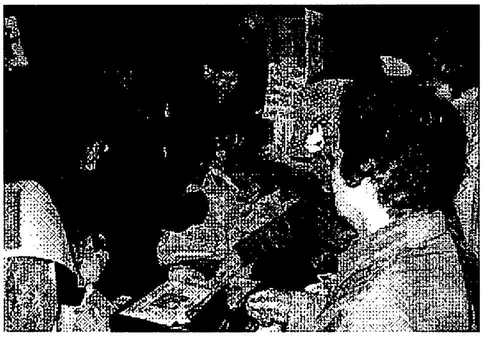
日　時　11月11日（土）午前10時

場　所　豊橋商業高校体育館

本校の文化祭では3年生の生徒全員が取り組み、文化祭を一般に開放し体育館で生徒による販売実習「ショップ豊商」を行っている。規模としては来客者数1,051名、売上高190万円の販売実習であった。そのショップ豊商の売り場の一部分を借りてのテスト販売を行った。

毎年、開店前には200名程度のお客様が行列を作られることから、開店前に健康弁当の趣旨と先日報道された新聞記事をまとめたチラシを作成し、お客様に配布した。特に健康弁当は、弁当の趣旨を理解して購入していただかないと意味がないため販売時には必ず趣旨をまとめたチラシを作成し弁当に添付している。

販売時には、チラシ配布の効果があったのか準備した100食が開店15分で完売する予想外の反響があっ

た。このとから、一般の方が、健康や食に対する関心が高いことを知ることができ、健康弁当の市場価値があることがわかった。

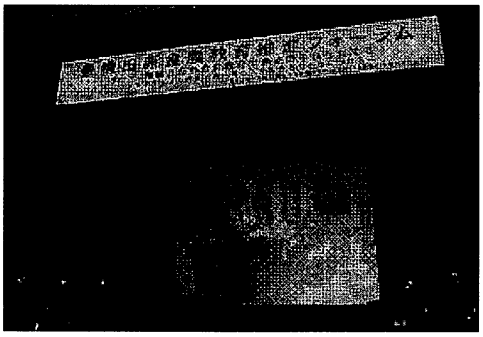
イ　豊橋田原食農教育推進フォーラム

テーマ　地域独自の食農教育で未来の子供を育てる　――いまを知り・よく考え・食べることで生きる力を身につける

日　時　２月18日（日）

場　所　田原文化会館

主　催　豊橋田原ＩＴ農業推進会議



このフォーラムは豊橋田原地区で推進計画を進めている食農教育について、地域や農業者や消費者を対象に、食農教育への意識啓発と情報提供を目的として開催された。このフォーラムの中で本校の健康弁当に対する取り組みを紹介する機会を与えられた。
学校長からの取り組みの趣旨についての説明の後、生徒及び担当教諭により健康弁当の詳細を約１時間にわたり説明を行った。

この後の販売会では、約160食用意した弁当が、瞬く間に売れ、完売することができた。このフォーラムで本校の取り組みを紹介し販売会が実施できたことは、我々が行っている内容が、世間の食育教育の方向が一致し消費者の健康に対するニーズが高いことを理解することができた。

ウ　第35回日本有機農業研究会全国大会

テーマ　自然の叡智に学んで、農と食から循環のくらしへ

日　時　３月10日（土）～11日（日）

会　場　ライフポートとよはし

主　催　第35回日本有機農業研究会大会実行委員会、

　　　　ＮＰＯ法人日本有機農業研究会

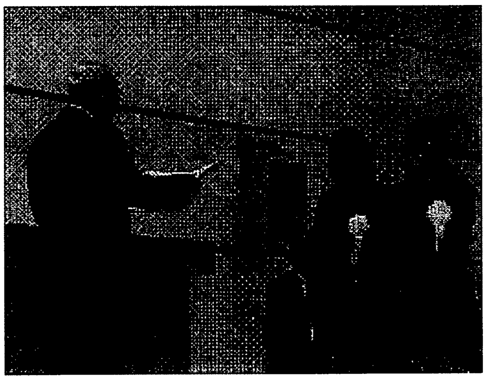
この研究会は、全国各地から、有機農業者や研究者、大学の教授を中心に有機農業に関心の高い方々が集まった研究大会であった。大会では高校生の考えた「地産地消健康弁当」という名前で紹介され、販売会となった。有機農業の大会であったため食材を地元の有機野菜にこだわり約90％以上の食材を使用することができた。この有機食材に関しては生産者の紹介入りのチラシを会場で配布することができた。そのため、約250食準備した弁当より希望者が多く、健康弁当を口にすることができない参加者も多数いた。この大会での販売の様子と健康弁当について、地元東海テレビの取材を受け、夕方のニュースで東海３県に報道された。

（５）コンテストへの参加

２年間にわたる取り組みの中で、自分たちの取り組みの価値観を図る意味で次のようなコンテストに応募し、一般から見た価値を知ることができた。

ア　第６回東三河ビジネスプランコンテスト

（平成18年度）



このコンテストは、地域活性化をめざし、東三河地域を中心とした起業家精神旺盛なベンチャー企業および創業を予定する個人・法人からビジネスプランを公募し、選考の上、投資家支援・専門家支援・施設支援等多方面のフォローアップを通じて、そのビジネスプランの具現化を支援することを目的としたコンテストである。

このコンテストに、「高校生のための健康弁当」をビジネスプランとして応募し、生徒の企画の市場価値について力試しを行った。結果、一時審査の書類選考を通過し生徒の代表が２次選考会でプレゼンテーションを行った。選考会では、一般の企業や個人が対象であるため審査委員からも企画に対する厳しい質問がされた。高校生には内容として難しい質問もあったが、高校生らしく爽やかな回答することができ、一般の企業や個人が参加中心の中でわれわれの『高校生が考えた「高校生のための健康弁当」』が特別賞を受賞することができた。

イ　地域に根ざした食育コンクール2007（平成19年度）

提唱　農林水産省

主催　地域に根ざした食育推進協議会

後援　内閣府・文部科学省・厚生労働省等

このコンテストは農林水産省が提唱し実施しているコンクールである。食育基本法が施行され、背景に潜む国民的課題を踏まえ、民間の団体等が自発的に行う活動が全国で展開され、関係者の情報共有が促進されることを目的として行われているコンクールである。その趣旨に則った食育の活動を広く全国から募集し、すぐれた実践事例を表彰するものである。

このコンクールには「食生活改善分野」「教育分野」「食品産業分野」「農林漁業分野」「食育ネットワーク分野」があり、多くの企業をはじめとして学校や給食センターなどの団体が参加し、活動内容を競うコンテストである。

本校は、教育分野で応募し２年間の活動内容とその成果を報告した。結果、全国の参加団体の中から選ばれ、特別賞を受賞することができた。特に農林水産省が提唱し、農林水産省から発表さるコンテストで表彰されたことは、本校での「高校生のための健康弁当」の取り組みが全国の食育関係の取り組みの中でも優れていることが証明され、今後の本校の活躍に自信が持てることとなった。

（6）今後の課題

弁当の販売時には、食に関する問題点や健康に関する問題点をチラシとして配布するとともに、弁当の掛け紙としても添付して、高校生及び一般の方に意識をしていただくことができた。この取り組みは、販売会での商品の売れ行き具合や、新聞・テレビなどのマスコミによる報道などから、健康に対するニーズの高さを知るとともに、一般の方にも健康問題を考えるきっかけを作ることができた。

しかし、これら「食育」に関する意識の高いところでの販売では好評を得たが、一般市場へはどのような戦略が必要かを考えなければならない。

価格＝安心・安全であるため、良い食材を使用することは価格の上昇につながる。この「食」に対する意識の温度差が、「健康弁当」を販売する上での課題である。

平成19年度もまた、学校では健康弁当の企画に取り組んでいる。昨年度は、イベント時だけの販売であったが、昨年度の経験を踏まえ、店頭で常時販売できる商品化を目指して取り組んでいる。

V　考察

日々進化を続ける商業教育において、新しく生み出された分野は、多くの商業科教員の創意・工夫・アイディアが盛り込まれたものばかりである。21世紀に大きく羽ばたこうとする商業科の意気込みであるともとらえることができる。良い実践例は、先駆けて実施した学校の取り組みを参考にして、全国の商業科設置校が実施に移し、次第に全国的に広まる。それゆえ、商業科としてはいつまでも同じアイディアにしがみついているわけにはいかず、常に新しい取り組みを考え出していかなければならない。この取り組みについては、社会や地域が商業教育に対して何を要請しているかをしっかり分析し実施しなければならない。

今回、新たな取り組みとして食育の教育と商業教育の販売・商品企画を組み合わせた取り組みを紹介した。

食育の分野は、他学科の分野の教育内容と考えられていた。しかし、日本国民全体が取り組まなければならない国民運動である食育基本法が施行され、商業教育でも食育は取り組まなければならない分野である。特に商業教育は女子が学習する割合が他学科と比べ多く、将来母親となるために知識的にも身体的にも基礎基本作りをしている高校生の今、学習させることは、社会からの要請であると思う。

社会からの要請である判断基準として、今回の取り組みを地元および農林水産省が企画したコンテストに応募し、結果どちらのコンテストでも特別賞を受賞することができた。

本校が実施した「高校生のための健康弁当」のプログラムは、この食育と商業教育のコラボレーションであり、多くの一般の方の興味・関心を引き、社会からも認められた活動であると判断することができた。

今後の魅力ある商業教育の在り方として次のような事柄が考えられる。

（1）基礎・基本の重視

現在、新しい取り組みに目が奪われることが往々にしてある。しかし、基礎基本は学習であり、基礎基本がないものは社会からは認められない。一般教科及び商業としての専門教科を学習することが基礎基本であり、社会からの認められる上級の資格取得を一人でも多く取得させることが商業教育の必要性を社会に認めさせることになる。その上で学校デパート、店舗経営、商品企画、学校間交流などを積極的に取り入れ、活動を通して生徒に社会を知らせ、自分の生き方・適性・職業についてじっくりと考えさせる機会を与えることが必要である。

（2）コンテストへの参加

学校での取り組みが社会から必要とされているかについては、担当教員の自己満足による判断に終わってしまうことが多い。活動する分野を対象としているコンテストに参加し、自分たちの取り組みがどの程度、社会から必要とされているのか外部から評価されることも必要である。

（3）学校の活性化

特色ある取り組みを始める前に、生徒を学校行事や部活動に積極的に参加させ、学校を活性化させることが必要である。

学校が活性化すれば教員・生徒も生き生きとして、何を実施しても学校全体として成功する可能性が高くなる。また、学校行事・部活動を通じて生徒の創造力・問題解決能力・コミュニケーション能力の育成を図ることが可能である。すべての活動をするための資質が高まる。より積極的な学校行事や部活動への参加が求められる。

Ⅵ　おわりに

バブル崩壊から始まった日本経済の低迷は地域経済へも深刻な影響を与えた。現在、景気は回復し、生徒の就職活動においても売り手市場といわれるようになった。しかし、バブル崩壊以前とはかなり社会構造が変わった。好景気で売り上げも給与も上がったと報道されているのは大企業の勝ち組だけであり、日本を代表する大企業のトヨタ自動車の下請け業者でも親企業から締め付けを受け十分な賃金が支払われない事実が新聞報道でもされた。

雇用形態もバブル期とは大きく変わり、学卒時に正社員にならずに、派遣社員・フリーターになると、正社員になることも困難になり国民間にも賃金格差がひろがり、日本国民がみな好景気であるとは限らない社会となった。

21世紀の商業教育を活性化させるためには創造・工夫を加え社会からの要請に即座に応えられる商業教育を実践していかなければならない。特に、従来の商業教育では考えられなかった分野を、商業教育とコラボレーションさせ、商業教育に取り入れていくことが必要である。その過程の中で、地域社会を巻き込み大きく成長させる必要があり、最終的には地域に根ざした商業教育を実施していくことが大切である。

本校でも学習活動・部活動・上級資格取得にも力を入れている。その上で、学校デパート、高大連携、商品企画、国際交流、インターンシップなどを実施している。今後は、一層、魅力ある商業教育を展開できるように今回の研究成果を踏まえ進めていきたい。

参考文献

資料「商業に関する学科の特色ある学校づくり」—都道府県別商業関係高校の取組状況—
平成19年8月全国商業高等学校長協会

「21世紀における商業教育の在り方
—商業高校における起業家育成教育—」
全国商業高等学校長協会

平成19年度食育白書　内閣府
平成19年10月30日閣議決定

東京近郊の高校生400人に聞く
現代高校生の食生活
家族で育む『食』　2006年3月
農林中央金庫

生徒の部

「ブルースカイ」

― 学ぶ楽しさを感じ始めて ―

新潟県立新発田商業高等学校　川　上　竜太郎

放課後の冷え切っている教室で、黙々と全商簿記1級原価計算の問題を解いている。進路が決定し、卒業まで残りわずかな高校生活だが、それでも問題集に向かっている。
今の時期に検定に取り組む私の姿を見て、
「すごいねー、頑張っているねー」
と、仲間達から声を掛けられることに、複雑な感情を抱く。友達の優しさを感じると同時に、ただ合格できなかっただけなのに、と劣等感を感じ、悔しく思うからだろう。それは過去を振り返り、頑張れなかった自分に対してである。

高校3年の春。国家試験である初級システムアドミニストレータ試験に合格したと報告を受けたとき、今まで経験したことのなかった全身が震えるほどの感動を覚えた。努力によって結果がついてきて自信がつくとともに、今までの生活を振り返って後悔した。

私が在籍する新発田商業高等学校は、商業の専門高校である。そして情報処理科は全商検定に限らず、国家試験である基本情報技術者試験や、初級システムアドミニストレータ試験の学習にも取り組んでいる。授業はもちろんのこと、朝や放課後の補習に加えて、休日にも学習を重ねてきた。

「何でこんなことをやらされなければならないのか。」
現実にくじけそうになったとき、誰かのせいにしたり、目的を見失ったりしたこともあった。しかし、高校2年の冬のある日、今までの生活の後悔と今後の焦りとともに、何故か「何かを成し遂げたい」という前向きな感情が芽生えた。不思議な感情だった。高校3年の春に行われる初級システムアドミニストレータ試験は絶対合格してやる、と力が入った。

前向きに学習に取り組むと、違う世界が待っていた。学習するごとに手ごたえを感じ、楽しくなっていった。分かることの喜びも伴って、模擬試験や過去問題の成績もどんどん伸びていくことが楽しくてたまらなかった。学習することが楽しいと感じたのは、実はこのときが生まれて初めてだった。自ら学習することが嫌いだった私は、それまで友人が「勉強はできると楽しい」とか「解けたとき気持ちがいい」と言っていても、とても信じることができず、他人事のように聞いていた。

だから、友人が言っていたことや、先生方が私たちに求めていることが、合格したときになって初めて理解できた気がした。努力することの大切さ、今この瞬間を大切にすること。私は、このような恵まれた環境にいたことを、高校3年生になってようやく気づき、最初からもっと頑張っていればよかったと後悔することになる。

1、2年生の頃は、次から次へと迫ってくる検定取得のための学習が、苦痛の何物でもなかった。毎日与えられる宿題にうんざりし、先生に怒られるほうがまだマシだとさえ考えていた。当然、結果はついてこない。検定に挑戦して落ちてしまっても、やっぱり落ちたと思うだけで、落ちることになれてしまい、あまり悔しくもなかった。その結果、2年生の時1つも検定を取得することができなかった。しかし、シスアド合格が転機となって、将来目指したい道も決定し、ＡＯ入試利用で大学を目指すことにした。

「今、この瞬間（とき）の輝きを」これは、大学入試で書き上げた1次試験自己推薦書のタイトルだ。7月から取り組んで、4ヶ月近く作文漬けの日々だった。実際に取り組んでみるとすぐに、大学受験を

簡単に考えていた自分の愚かさを痛感した。原稿用紙に向かってみるが、何を書いていいのか全くわからなかった。何度も先生に添削していただいたが、赤ペンでびっしりと書かれた原稿が戻ってくるばかりで、先生の求めていることが分からず、どんなに考えても空回りするばかりで苦しい日々が続いた。一時期はあまりの苦しさとストレスから自分の選択を後悔した。「もっと簡単に行けるところがあったのではないか？」そんなことを考えながら書いていても良い文章が生まれるわけはなかった。特に難しかったのは、将来こうなりたい、大学でこんなことをしたい、と未来を想像して書く作業だった。そのころ、なんとなく大学に行きたい程度にしか考えていなかった私は、ろくに大学のことや、将来のことを考えもしていなかったからだ。

受験が間近に迫ってきたとき、それまで添削をしていただいていた先生に呼び出された。

「本当にこの大学にあなたが心から行きたいの？指導者である私が行かせたいの？」

と、激しく問いかけられた。シスアド合格によって受験資格を得られる大学に、簡単に推薦で行けるかもと、浮かれていた自分の気持ちを、先生は最初からすべてお見通しだった。

その日から、私の取り組みに対する姿勢が明らかに変わった。何のビジョンもなく、ただ与えられたことをこなすことに精一杯で、義務感しか生まれなかった作文にも気持ちがこもるようになった。そして、何となく大学に行きたい程度しか考えていなかったが、日増しに本気で合格したいと思うようになり、やがて絶対に合格してやると考えられるようになった。相変わらず作文には苦戦したが、それでも前向きな姿勢で取り組めるようになった。原稿用紙に向かっても、面接練習でも、本当に合格したい気持ちや感情があふれてきて、素直に表現できるようになってきた。そして、添削される赤ペンの数がどんどん減っていった。

第一志望校の2次試験が終了し、試験の日から合格発表まで、頭の中は大学の合否のことでいっぱいで、他のことが手につかなかった。

「今、頑張ろうよ。試験が終了してから、合格発表までの、あれもこれもやっておけばよかったという後悔は、本当に辛いものだからね。」

と、先生に言われたことを思い出し、実感する。やり残したことは何もないと思えるほど、不思議と後悔はなかったけれど、こんなに頑張ったのだから、受かりたいという"思い"は、真剣に物事に取り組んだ時こそ生まれることも学んだ。

結果は合格。合格発表を携帯サイトで確認して、自分の受験番号を見つけた時、浮かんだことは、苦しくて辛かった4ヶ月の数々の場面だった。そして放心状態だった。担任の先生も、部活動顧問の先生も、仲間達もみんな自分のことのように喜んでくれた。私が大学に合格できたのだと実感できたのはそれから数時間後のことだった。

今になってふと「本当はできるのにね」と、中学校の担任の先生のことばを思い出す。「まぁ、いいか」と妥協を重ねてきた自分だったが、高校生活で、私の今後の人生が劇的に変化した。しかしそれは、環境も周囲の人々も何も変わらず私に接してくれたはずである。周りはなにも変わらなくても、ただ私の気持ちが変わったことで、自分の見える世界がこれほどまでに変わることを実感したのだ。

大学に合格したとき、4ヶ月私のために大学受験指導をしてくれた部活動の顧問の先生に、「これからの高校生活、何をして過ごすの？」

と聞かれ、とっさに

「取り損なった全商検定を全部取ろうと思います。大変だった大学受験を乗り越えられたのだから、がんばれる気がします。」

と答えた。合格した喜びに浮かれて、遊んでいてはいけない。よし、1，2年生で取りこぼした全商の検定を全部取ろう。そして、6種目1級合格を目指そう。引き続き、この先生が朝、私のために補習してくれることになり、今度は全商6種目合格に向けて、眠気と寒さと戦いながら、毎日始発の電車で学校に向かっている。正直、毎日始発で学校に登校することは楽なことではない。しかし、大学を受かっ

たことで得ることができた「やればできるんだ」という気持ちが、今の私を支えている。

11月のワープロ検定は、残念ながら合格することができなかった。悔しくて、今思い出しても時間を取り戻したいと思うほど後悔している。

原因は、練習で合格点を叩き出せるようになってから油断したからだ。また悪いくせが出て、なんとかなるだろうと思ってしまった。検定に落ちた時に、二つの後悔を抱いた。努力して、目の前の合格に手が届きそうになったときに油断した自分に対する後悔と、6種目1級合格の夢は、高校在学中にもう二度と抱けないという後悔だ。そして私は、卒業を間近に控える高校3年生だということを今更ながら実感することになる。

6種目合格の夢が途絶えた今、今度は5種目合格のため、簿記検定に向けて取り組んでいる。解答を見て義務感でこなしていた頃を懐かしく思い出す。今度は簿記の原理を理解し、あれだけ避けていた宿題を前向きに取り組むことで、昔は気付くことができなかった簿記の面白さに目覚めている。

検定勉強をする目的は合格することはもちろんだが、私の場合、合格することだけが目的ではない。検定勉強をする過程で、眠気やいろいろな誘惑に打ち勝ち、合格に向かって、辛い学習を乗り越えることで自分自身を精神的に成長させることができるからだ。私は今この時期に、1、2年生の時に理解できなかった自分を高める手段の1つとして、検定の学習に励んでいる。絶対合格してやる、という強い決意を込めて、ひたすら問題集に向かっている。そして、今まで自分には感じることができないと思っていた学ぶことの楽しさを感じ始めている。

これからの未知なる人生は、喜びや感動とともに、挫折やさまざまな試練が待ち受けているだろう。悲壮に打ちのめされる日もあるかも知れない。そんな時、新発田商業で資格取得という目標を持って取り組んだ日々の「立ち向かう勇気」と「逃げ出さない根性」は、色あせることなく、私の心にいつまでも刻み込まれているはずだ。

音楽室で吹奏楽部の後輩達が、2月の演奏会に向けて練習をしている曲「ブルースカイ」が、かすかに聴こえてきて、がんばっているなと安心する。

未来は深い霧の中だ。しかし歩き続けなければ見ることのできない"青空"があることに気づくことができたから、夢と希望を胸に、私はこれからの人生を、前向きに、意欲的に、一歩ずつ、大切に、大切に歩いて行きたい。

平成20年度　全商協会主催商業教育講習会

班	講習会名	内容	期間	会場	定員	参加人数
1	財務会計に関する講義と実習 (東京会場)	財務諸表分析 財務会計論	7/28(月)～7/29(火) 7/30(水)～8/1(金)	全商会館	30名	54名
2	財務会計に関する講義と実習 (大阪会場)	財務会計論 財務諸表分析	7/22(火)～7/24(木) 7/25(金)～7/26(土)	天王寺商業 高等学校	25名	35名
3	情報スキルを伸ばす講義と実習	JAVA	7/29(火)～8/1(金)	全商会館	30名	16名
4	流通ビジネスに関する講義と実習	各種講義 企業見学	7/23(水)～7/25(金)	全商会館 ｾﾌﾞﾝｰｲﾚﾌﾞﾝ本社 市川物流ｾﾝﾀｰ	25名	26名

あ と が き

平成20年度の商業教育第60号をお届けいたします。本研究誌は平成20年8月6日(水)～8日(金)の3日間にわたり、北海道札幌市ホテルライフォート札幌において470名余りのご来賓ならびに先生方の参加を頂き、実り多き成果と共に終了いたしました全商協会創立60周年記念第56回全国商業教育研究大会の発表を中心に収録しております。ご発表頂きました先生方並びに指導講師の先生方、大会運営に携わった専門委員の先生方に感謝申しあげると共に、開催に当たり主幹都道府県としてご尽力いただきました北海道札幌東商業高等学校校長　石垣巧先生をはじめ実行委員会の先生方には厚く感謝申しあげます。さらには、全国からご参加いただきました先生方にこの場をお借りいたしましてお礼申し上げます。

本年度の大会テーマは「次世代を見据えた商業（Business）教育」で、全体会テーマは「魅力ある教育課程の展開」でありました。各都道府県から次世代を見据えた商業教育に関する研究が意図され、貴重な教育実践や研究成果の発表と質疑の応答が行われました。また、これまで分科会は第1から第5の5分科会でしたが、今年度からはこれまでの流通ビジネス分野と国際経済分野を統合して4分科会で実施されました。文部科学省初等中等教育局参事官付教科調査官　西村修一先生からは、今年の秋にも発表される予定の高等学校新学習指導要領の方向を踏まえ、現在の問題点と今後商業教育に携わっていく者がいかにこの問題に正面から取り組んで行かねばならないかを中心にご講評を頂きました。

大会3日目には、「新・ご当地グルメが地域を変える」と題して、株式会社リクルート北海道じゃらん執行役員編集長　ヒロ中田先生よりご講演を頂きました。先生の地域再生にかける思いを熱く語っていただき、商業教育にとっても示唆に富む誠に有意義なご講演でありました。

本研究誌には第56回大会の貴重な先生方の発表内容と質疑、ならびに、指導講師の先生方の講評、指導助言を収録させていただきました。また、ヒロ中田先生のご講演、西村修一先生の講評と指導助言も併せて収録させていただきました。本研究誌が商業教育に携わっていらっしゃる全国の先生方の参考になることを切に願っております。

本年度は3日間とも快晴の好天でありましたが、開催地が北海道札幌市ということもあり、真夏の猛暑とは一転、誠にすがすがしい気候でありました。本研究大会でご指導いただきました西村修一先生、貴重な取り組みを飽きさせない巧みな話術でご講演くださったヒロ中田先生、北海道実行委員会の先生方、各会の指導講師、座長、司会の先生方、本誌編集にあたられた全商協会専門委員、事務局の方々に重ねて心からの感謝を申し上げます。

また、今年度は、全商協会創立60周年記念事業の一環として先に募集いたしました「懸賞論文・作文」の入賞作品も併せて掲載させていただきますのでよろしくお願いいたします。

（調査・広報部長　本多吉則）

平成20年度全国商業教育研究大会（北海道大会）のまとめとしての「商業教育研究第60号」が完成しました。

大会テーマは、昨年度に引き続き「時代を見据えた商業（Business）教育」とし、第1日目の全体会研究発表では、共通テーマ「魅力ある教育課程の展開」のもとに、指定・自由4本の発表がありました。第2日目は、4つの分科会での素晴らしい先進的な研究発表に加え、各分科会の会場ごとに、予めお知らせしていた研究協議題に沿って協議を行いました。地道な実践・取組の発表や研究協議等を通して、全国で商業教育を自信をもって推し進めている先生方の姿に触れる機会を得て、誠に頼もしく感じました。

商業教育は時代とともにありますが、このことは刻々と変化する最先端の流行を追いかけてよしとす

るものではありません。大河の川面は、変化する天気を敏感に受け止めて表情を変えていますが、風波を見てるだけでは流れの方向さえもわかりません。しかし、大河の底流は川面の変化の影響を受けることなく海に向かって流れています。商業教育も時代に敏感に対応した教育を用意すると同時に、時代を貫き時代を超えた商業教育があると思っております。〈不易と流行〉と表現することもできましょう。

新しい学習指導要領が今秋に示される運びとなりました。商業教育を担う我々の力量が試されるときでもあります。今年度の北海道大会の成果をまとめたこの冊子が、新しい学習指導要領に基づく教育計画を作成する上で貴重な資料となることを期待しております。

（調査・広報部副部長　大塚章司）

平成20年度第56回全国商業教育研究大会が盛会のうちに終わりました。大会の準備・運営にあたっていただいた北海道実行委員会の先生方には、心から感謝申し上げます。また、全国各地の先生方から、全体会と４つの分科会を合わせて20本の研究発表をいただきました。いずれも示唆に富む素晴らしい内容で、深く感動するとともに大変勉強になりました。また、450名余りの多数の先生方の参加を得て、全商協会創立60周年記念大会に相応しいものとなりました。

今年度は昨年度に引き続き、２日目の各分科会の発表のあと、各校の意見交換の場として「研究協議」の時間をとりました。研究テーマは、第1分科会「ビジネス基礎の取り組みと指導法」、第2分科会「簿記の導入段階の指導法」、第３分科会「プログラミング言語の取り扱いと指導法」、第4分科会「総合実践の取り扱いと指導法」でした。今回は初めての試みとして、研究テーマを事前にお知らせし、活発な意見交換ができるようにいたしました。短時間ではありましたが、先生方から多くの貴重なご意見をいただくことができました。

今大会のまとめとして「商業教育研究第60号」が完成しました。本誌が皆様の今後の取り組みの一助となれば幸いです。編集にあたっては、間違いのないよう十分注意を払ったつもりですが、お気づきの点がありましたらご意見をお寄せくださるようお願いいたします。

（調査・広報部専門委員　吉原理光）

調査・広報部

部　長	東京都立芝商業高等学校長	本多　吉則
副部長	埼玉県立熊谷商業高等学校長	大塚　章司
所属常務理事	仙台市立仙台商業高等学校長	大内　悦夫
専門委員㊙	東京都立荒川商業高等学校	石川　和也
専門委員	横浜市立横浜商業高等学校	結城　政信
〃	東京都立芝商業高等学校	矢板　智之
〃	千葉県立千葉商業高等学校	渡部　清
〃	茨城県立水戸商業高等学校	吉原　理光
〃	東京都立市ヶ谷商業高等学校	渡辺　孝慈
〃	埼玉県立深谷商業高等学校	木村　敏規

平成20年11月30日発行

発行者　全国商業高等学校長協会
〒160-0015　東京都新宿区大京町26番地
TEL 03（3357）7911
FAX 03（3341）1039

印刷所　㈲山崎印刷
〒173-0004　板橋区板橋１丁目６－２
TEL 03（3963）7435
FAX 03（3962）1995